



BACHELORARBEIT

Frau
Mona Dennewill

Gruppenzwang im Internet

Inwieweit fördern soziale Netzwerke den Gruppenzwang und welche Auswirkung kann dies bewirken?

2016

BACHELORARBEIT

Gruppenzwang im Internet

Inwieweit fördern soziale Netzwerke
den Gruppenzwang und welche Auswirkung
kann dies bewirken?

Autorin:
Frau Mona Dennewill

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM13sM3-B

Erstprüfer:
Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki

Zweitprüfer:
Dipl. Verwaltungswirt Ernst Schmitt

Einreichung:
Mittweida, 08.01.2016

BACHELOR THESIS

Peer Pressure on the Internet

In how far is peer pressure encouraged
by social networks and what are the re-
sulting consequences?

author:

Ms. Mona Dennewill

course of studies:

Business Management

seminar group:

BM13sM3-B

first examiner:

Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki

second examiner:

Dipl. Verwaltungswirt Ernst Schmitt

submission:

Mittweida, 08.01.2016

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Dennewill, Mona

Thema der Bachelorarbeit:

Gruppenzwang im Internet

Inwieweit fördern soziale Netzwerke den Gruppenzwang und welche Auswirkung kann dies bewirken?

Topic of Thesis:

Peer Pressure on the Internet

In how far is peer pressure encouraged by social networks and what are the resulting consequences?

73 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

Abstract

Das beliebteste soziale Netzwerk ist Facebook. Über 1,5 Milliarden Facebook-Nutzer sind monatlich aktiv und jeder, der nicht Mitglied ist, gilt unter Jugendlichen als ‚uncool‘ oder ‚out‘. Um nicht als Außenseiter zu gelten melden sich viele an und erliegen damit dem Zwang der Gruppe. Kann die Verbindung von sozialen Netzwerken und Gruppenzwang gefährlich für ihre Nutzer werden? Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht inwieweit soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, Twitter, Knuddels usw. Gruppenzwang fördern können und welche Auswirkungen das auf die Gruppenmitglieder haben kann.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung.....	1
1.1 Hinführung zur Thematik.....	1
1.2 Zielsetzung.....	4
1.3 Vorgehensweise	5
2 Theoretische Grundlagen.....	6
2.1 Definition soziales Netzwerk	6
2.1.1 Was sind soziale Netzwerke in der heutigen Zeit	7
2.1.2 Wie funktionieren soziale Netzwerke.....	10
2.1.3 Welche Arten von sozialen Netzwerken gibt es.....	13
2.1.4 Risiken von sozialen Netzwerken.....	15
2.2 Definition Gruppenzwang	16
2.2.1 Wie entsteht Gruppenzwang bzw. Konformitätsdruck	18
2.2.2 Welche Auswirkungen kann Gruppenzwang haben	21
3 Soziale Netzwerke als Instrument zur Förderung von Gruppenzwang	23
3.1 Was fasziniert Menschen an sozialen Netzwerken.....	23
3.2 Fördern soziale Netzwerke Gruppenzwang.....	27
3.2.1 Facebook.....	29
3.2.2 Knuddels.....	30
3.2.3 Instagram.....	31
3.3 Folge: Cybermobbing als virtuelle Diskriminierung	32
3.3.1 Fallbeispiele USA/Kanada	33
3.3.2 Fallbeispiele Europa	34

4	Schlussbetrachtung.....	36
4.1	Zusammenfassung.....	36
4.2	Fazit.....	37
4.3	Ausblick in die Zukunft	39
 Literaturverzeichnis		XI
Anlagen.....		XVI
Eigenständigkeitserklärung		XXXV

Abkürzungsverzeichnis

z.B.	zum Beispiel
d.h.	das heißt
u.s.w.	und so weiter
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
o.Ä.	oder Ähnliches
Bitkom	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekom- munikation und neue Medien e.V.
WWW	World Wide Web
Mio.	Millionen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umfrage zu den meist genutzten Netzwerken in Deutschland 2015	9
Abbildung 2: Social Networks mit den meisten Nutzern weltweit 2014	10
Abbildung 3: Facebook Startseite der Verfasserin	12
Abbildung 4: Altersverteilung der Nutzer von social Networks nach Plattformen weltweit 2014	15
Abbildung 5: Negative Erfahrungen von Jugendlichen im Internet.....	16
Abbildung 6: Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow (1943).....	18
Abbildung 7: Liniexperiment von Solomon Asch 1951	20
Abbildung 8: Darstellung der Posts von einem Tag einer Facebookfreundin der Verfasserin	23
Abbildung 9: Umfrageergebnis zu „Warum bist du Mitglied in deinen sozialen Netzwerken geworden?“	24
Abbildung 10: Post der Verfasserin	26
Abbildung 11: What you write; Your Face when you write it	27
Abbildung 12: Umfrageergebnis „Glaubst du das soziale Netzwerke Mobbing gegenüber anderen Mitgliedern fördern können?“	32
Abbildung 13: Prognose zur Anzahl der Nutzer sozialer Netzwerke weltweit bis 2018.....	39
Abbildung 14: Prognose zur Anzahl der Accounts in sozialen Netzwerken weltweit.....	40

1 Einleitung

1.1 Hinführung zur Thematik

Hinweis: Die folgende Geschichte handelt von einer Jugendlichen und ihrer Kommunikation in ihren sozialen Netzwerken. Von daher hat die Verfasserin die heutige Jugendsprache gewählt, um eine größtmögliche Authentizität zu gewährleisten.

Mittwoch:

Christina kam von der Schule nach Hause und öffnete, noch während sie sich umzog und auf ihr Bett legte, Facebook auf ihrem Smartphone. Sie suchte die Party, zu der alle ihre Freunde am nächsten Wochenende gehen wollten. Eigentlich hatte Christina gar keine Lust zu der Party zu gehen, aber wenn sie nicht ging, würden alle wieder lustige Geschichten erzählen und sie würde sich wieder einmal denken, wie gerne sie doch auch mal so eine Geschichte erzählen würde. Außerdem hatte Bianca, das coolste Mädchen der Schule, heute in ihre Gruppe gefragt, wer alles gehen würde. Alle sagten ja, also sagte Christina auch ja.

Entschlossen klickte sie auf den „Hingehen“-Button und fühlte sich gleich wieder als Teil der Gruppe. Als nächstes sah sie, dass Bianca ein neues Profilbild hochgeladen hatte. Sie klickte auf „Like“, obwohl ihr das Bild eigentlich gar nicht gefiel, aber alle ihre Freunde hatten das Bild geliked. Also Christina jetzt auch. Sie schloss Facebook und öffnete Instagram. Während sie durch ihren Newsfeed scrollte bekam sie eine Nachricht von Bianca im Gruppenchat bei Whatsapp.

„OMG habt ihr das neue Bild von Anna gesehen??!! Die Bi*** ist sowas von hässlich, wie kann sie nur so ein Bild posten!!!“ „Ja was soll denn das, die Bi*** sollte sich echt schämen!!“ antwortete Kayle.

Christina suchte sofort das neue Bild von Anna. Es war ein Selfie von ihr mit leichtem Make-up, Locken und einem Sommerkleid. Ein sehr schönes Bild, doch die bereits abgegebenen Kommentare waren weitaus weniger schön. Allen voran Bianca beleidigte Anna und riet ihr, sich lieber umzubringen und die Welt so von ihrer Hässlichkeit zu befreien. Christina las sich alle Kommentare durch und obwohl sie Anna eigentlich mochte, entwickelten sich in ihrem Kopf gemeine und gehässige Gedanken.

Sie schrieb ‚Bi*** das einzige zu dem du taugst, ist die Prostitution und selbst da würdest du wahrscheinlich keinen Cent verdienen‘. Damit schloss sie die App. Sie hatte damit getan, was von ihr erwartet wurde, als Teil von Biancas Gruppe. Als sie abends nochmal die App öffnete sah sie, dass noch einige andere unter Anna Bild beleidigende Kommentare gepostet hatten.

Auf Facebook erhielt sie eine Freundschaftsanfrage von einem gutaussehenden Mann, Sascha. Sie zögerte zuerst sie anzunehmen, aber dann sah sie, dass Bianca ein gemeinsamer Freund war und nahm sie an. Sascha lud sie sofort in eine geschlossene Partygruppe ein, in der bereits auch schon sehr viele ihrer Freunde waren.

Samstag, eine Woche später:

Heute Abend war die Party. Christina schminkte sich stark und zog ein Top mit Rock an. Kurz bevor sie fertig war klingelte ihr Smartphone und Kayle, Biancas beste Freundin, rief sie per FaceTime an. Kayle wollte wissen was Christina anhatte. Als sie ihr Outfit sah, fragte sie nur, ob Christina in die Kirche gehen wollte. Das verletzte sie, aber anstatt darauf zu antworten fragte sie nur, was sie denn sonst anziehen sollte. ‚Ein schwarzes Minikleid‘ war die präzise Antwort. Christina suchte in ihrem Kleiderschrank und fand ein schwarzes Kleid, das ihr vor 4 Jahren mal knielang gepasst hatte. Also zwängte sie sich hinein und präsentierte es Kayle. Die war begeistert. Obwohl sie sich sehr unwohl in dem Kleid fühlte, ließ sie es an und ging zur Party.

Sonntag:

Die Party war ein voller Erfolg für Christina gewesen. Sie hatte Spaß gehabt und von vielen Jungs Komplimente bekommen. Einige wollten auch mit ihr die Party verlassen und irgendwo hingehen, wo es „ruhiger ist um zu reden“. Doch sie hatte abgelehnt. Christina öffnete Facebook und ihr wurden direkt mehrere Mitteilungen und ein paar neue Freundschaftsanfragen angezeigt. Sie nahm alle Freundschaftsanfragen an, obwohl sie zwei nicht kannte und nur Bianca und Kayle gemeinsame Freunde waren. Christina war glücklich und freute sich, dass sie nun ein richtiger Teil von Biancas Gruppe war. Sie öffnete die Partygruppe und wurde mit Fotos der letzten Nacht überflutet. Sie klickte sich durch einige durch und musste mehrmals lachen. Auf einigen sah sie richtig gut aus. Dann entdeckte sie Fotos mit Anna und ihre Laune sank direkt. Anna war auch auf der Party gewesen und hatte mit Biancas Ex-Freund geflirtet. Keine gute Idee. Ein Foto zeigte Anna sehr betrunken und ihr Kleid war verrutscht. Sie klickte auf das Bild und stellte fest, dass Anna darauf verlinkt war und dass ihre Freunde alle schon beleidigende

und fiese Kommentare daruntergeschrieben hatten. Aber nicht nur ihre Freunde, auch unbekannte Jungs und Mädchen hatten das Bild kommentiert. Christina fügte direkt einen entwürdigenden Kommentar hinzu. Sie fühlte sich für 2 Sekunden schlecht, aber als Bianca ihren Kommentar mit einem Like versah verflogen diese Gefühle direkt und sie war stolz auf sich. Auf Instagram war das gleiche Bild von Anna von einer öffentlichen Person gepostet worden, wodurch jeder das Bild sehen und kommentieren konnte, außerdem war Anna wieder verlinkt. Auch unter diesem Bild waren viele negative und beleidigenden Kommentare.

Am Abend öffnete Christina erneut ihre beiden Lieblingsapps. Zuerst schaute sie sich die neuen Kommentare unter dem Bild von Annas an. Anna hatte ihre Verlinkung entfernt, wurde aber direkt wieder verlinkt. Christina stellte sich für einen Moment vor, wie sich Anna bei diesen ganzen Kommentaren wohl fühlen würde. Sie wurde traurig und hasste sich selbst, weil sie auch so einen gemeinen Kommentar gepostet hatte. Aber sie wollte sich bei Bianca nicht unbeliebt machen, denn dann würde sie alleine sein und das wollte sie ganz bestimmt nicht.

Acht Wochen später:

Auf Facebook und Instagram wurde Anna weiterhin mit den Partybildern und fiesen Kommentaren von allen, angeführt von Bianca und Sascha, geärgert. Auch Christina machte weiterhin fleißig mit und hatte immer mehr Gefallen an diesen Aktionen gefunden. Sie wurde zu einer von Biancas engsten Freunden. Sie fühlte sich sicher und gemocht und wurde auf Partys eingeladen und Bianca fragte sie sogar nach ihrer Meinung.

Montag, zwei Woche später:

Anna war die ganze letzte Woche nicht zur Schule erschienen.

Dienstag:

Auf ihrem Bett liegend öffnete Christina Facebook und der erste Post in ihrem Newsfeed war ein Video von Anna mit dem Titel „Goodbye“. Anna hatte dieses Video selbst gepostet. Christina schaute sich das Video an und ihr wurde sofort schlecht. Es zeigte Anna mit A4-Blättern in ihren Händen auf den alle fiesen und entwürdigenden Kommentare zu lesen waren und wie Anna sich dabei fühlte. Auf dem letzten A4-Blatt stand: „Goodbye Welt. Ich ertrage es nicht mehr“.

Christina wählte Annas Handynummer, aber es antwortete nur die Mailbox.

Mittwoch:

In der ersten Schulstunde wurden alle Schüler auf den großen Schulhof gebeten. Mit leiser Stimme erklärte der Rektor den Schülern, dass sich Anna am gestrigen Abend das Leben genommen hatte, nachdem sie das Video auf Facebook und Youtube gepostet hat. Christina wurde wieder schlecht und sie rannte auf die Toilette, um sich zu übergeben. Was hatte sie nur getan? Warum hatte sie Anna nicht verteidigt? Warum hatte sie bei der Demütigung überhaupt mitgemacht?

Sie wollte doch einfach nur dazugehören.

Eine fiktive Geschichte? Nicht ganz. In Deutschland nehmen sich jedes Jahr mehr als 600 Jugendliche das Leben [vgl. Kögel 2013]. Grund dafür ist häufig Mobbing. Die Opfer ertragen den Druck nicht mehr, der ihnen von einer großen Masse entgegengebracht wird. Dieser Druck entsteht, wenn sich viele Personen zu einer Gruppe zusammenschließen und ihn gegen das Opfer einsetzten. Viele Gruppenmitglieder leiden dabei unter Gruppenzwang. Dieser Zwang ist der Auslöser für das Ändern des Verhaltens einer Person innerhalb der Gruppe, um akzeptiert zu werden. Diese Verhaltensanpassung ist oftmals die Bedingung für die Mitgliedschaft.

Besonders im Zeitalter von Social Media ist diese Verhaltensanpassung immer präsenter. Jugendliche gelten heutzutage als ‚uncool‘ und ‚out‘, wenn sie keinen Social Media Account wie Facebook, Instagram oder Twitter besitzen und werden so zu Außenseitern. Diese sozialen Netzwerke bieten jedem die Möglichkeit, so viel wie möglich über sich selbst preiszugeben und umso leichter besteht die Möglichkeit, dadurch Gleichgesinnte zu finden. Soziale Netzwerke werden so zu digitalen Plattformen für Aggressivität und im schlimmsten Fall, wie in der Geschichte, führt dies zu Cybermobbing.

1.2 Zielsetzung

„I’m not in this world to live up to your expectations and you’re not in this world to live up to mine“ – Bruce Lee

Gruppenzwang existiert bereits sehr viel länger als die sozialen Netzwerke. Er kann sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Verhaltensweise einer Person haben. Seit dem Beginn von Web 2.0 sind immer mehr soziale Netzwerke wie z.B. Facebook, Instagram, Twitter oder MySpace entstanden. Kann diese Verbindung von sozialen Netzwerken und Gruppenzwang gefährlich für ihre Nutzer werden? Inwieweit

fördern und ermutigen soziale Netzwerke den Gruppenzwang und welche Auswirkungen kann dies bewirken?

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es den Einfluss von negativem Gruppenzwang im Internet zu erläutern und ausgewählte soziale Netzwerke auf das Potential zur Förderung von Gruppenzwang zu analysieren.

1.3 Vorgehensweise

Um den in Kapitel 1.2 genannten Fragen nachzugehen, hat sich die Autorin der Bachelorarbeit für zwei Methoden der Beantwortung entschieden.

Das zweite Kapitel „Theoretische Grundlagen“ behandelt alle wichtigen und relevanten Begrifflichkeiten. Was sind soziale Netzwerke überhaupt, wie funktionieren sie und wer nutzt sie? Außerdem wird der Begriff des Gruppenzwangs erläutert, sodass auf dieser Basis die eigentliche Frage nach dem Potential der Förderung so umfassend wie möglich beantwortet werden kann.

Das dritte Kapitel „Soziale Netzwerke als Instrument zur Förderung von Gruppenzwang“ befasst sich mit der Kernfrage ‚Welches Potential bieten soziale Netzwerke diesen zu entwickeln und auszubauen?‘ Hierzu wurde die Medienpsychologin Dr. Astrid Carolus von der Universität Würzburg befragt. Sie ist die Projektleiterin der Kooperation ‚Cyberpsychologie‘ mit dem Kaspersky Lab Europe zu den Themen ‚online behavior, online safety und online radicalization‘. Zitate und ausgewählte Antworten fließen in die vorliegende Arbeit ein. Das komplette Interview befindet sich im Anhang. Des Weiteren hat die Autorin eine Umfrage entworfen und durchgeführt. Diese wird in Kapitel drei ebenfalls vorgestellt und ausgewertet. Die vollständige Umfrage befindet sich ebenfalls im Anhang.

In der anschließenden Schlussbetrachtung in Kapitel vier wird die Forschungsfrage noch einmal zusammenfassend beantwortet. Ein möglicher Ausblick in die Zukunft schließt die Bachelorarbeit ab.

2 Theoretische Grundlagen

In der heutigen Zeit gibt es unzählig viele soziale Netzwerke mit jeweils Millionen von Nutzern. 76 Prozent aller Internetnutzer weltweit sind in mindestens einem dieser sozialen Netzwerke angemeldet und 73 Prozent davon sind aktiv. Besonders populär sind sie bei jüngeren Internetnutzern. 96 Prozent der unter 30-jährigen sind in mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet und davon fast alle aktiv (94 Prozent). Bei den über 50-jährigen ist nur rund jeder zweite angemeldet [vgl. Bitkom 2011, S. 3]. Die meisten Erfahrungen, die von den Nutzern gemacht werden, sind positiv. Vereinzelt werden allerdings auch negative Erfahrungen, wie z.B. Belästigungen o.Ä. gemacht. Zu diesen negativen Erfahrungen zählen auch Gruppenzwang und Mobbing.

Doch was sind soziale Netzwerke, wie funktionieren sie, welche Arten gibt es und wie entsteht Gruppenzwang? Diese Fragen beantwortet das folgende Kapitel.

2.1 Definition soziales Netzwerk

Bereits seit Anfang des 20. Jahrhunderts existieren viele verschiedene Definitionen zu sozialen Netzwerken. Sie werden im Allgemeinen als „die spezifischen Webmuster alltäglicher sozialer Beziehungen“ [Keupp und Röhrle 1987, S. 7] bezeichnet. Das bezieht sich auf jedweden Kontakt, den Menschen in ihrem Alltag zu anderen Menschen und ihrer Umgebung haben.

Martin Diewald hat soziale Netzwerke etwas genauer beschrieben. Für ihn sind sie „die Gesamtheit der sozialen Beziehungen einer Person [...], gängigerweise unterteilt in Familienbeziehungen, Beziehungen zu Verwandtschaft, zu Nachbarn, Freunden, Bekannten und eventuellen Arbeitskollegen“ [Diewald 1991, S. 61].

Ähnlich wie Diewald hat auch Heiner Keupp soziale Netzwerke definiert. Er beschreibt die Menschen als Knoten. Von jedem Menschen/Knoten läuft ein Verbindungsband zu einem anderen Menschen/Knoten. So entsteht ein großes Geflecht aus Knoten, das das soziale Netzwerk eines Menschen darstellt [Vgl. Keupp 1987, S. 12]. Für Keupp beinhalten soziale Netzwerke aber nicht nur die eigenen persönlichen Kontakte, auch Primärgruppe oder primär Netzwerk genannt, sondern auch „Verzweigungsmöglichkeiten, die in den Primärgruppen nicht gegeben sind“ [Keupp 1987, S. 15]. Diese Verzweigungsmöglichkeiten sind alle Personen, zu denen der Einzelne keine Beziehung hat, die

aber mit seinen persönlichen Kontakten in Verbindung stehen. Das sind z.B. Freunde von Freunden, die Verwandten von Freunden, usw.

Zusammenfassend lassen sich soziale Netzwerke (engl. social network) folgend definieren: Das soziale Netzwerk einer Person besteht aus ihren gesamten direkten Kontakten und sozialen Beziehungen. Darüber hinaus auch mit allen Personen, mit denen sie durch ihre persönlichen Kontakte indirekt verbunden ist und die Möglichkeit einer Interaktion mit diesen besteht.

Das soziale Netzwerk hat für das Mitglied zwei Hauptfunktionen:

1. Informationsaustausch: die Personen im Netzwerk tauschen Informationen über Themen, die sie interessieren oder wichtig sind, untereinander aus.
2. Soziale Unterstützung (materiell, kognitiv, emotional): die Personen im Netzwerk können sich so bei jedweden Situationen gegenseitig helfen und unterstützen.

Die Hauptfunktionen werden je nach Stärke der Beziehung unterschiedlich genutzt und in Anspruch genommen. Die Intensität der Beziehungen wird dabei unterschieden in starke Beziehungen z.B. Familie, Freunde, Verwandte und schwache Beziehungen z.B. Bekanntschaften, Arbeitskollegen, Nachbarn [Entwicklung sozialer Netzwerke 2010].

2.1.1 Was sind soziale Netzwerke in der heutigen Zeit

Mit der Etablierung des World Wide Web (WWW) 1991 gab es zum ersten Mal die Möglichkeit, soziale Netzwerke digital zu erschaffen und so global Kontakte zu pflegen. So entstanden die allerersten Internet-Foren und Chatrooms, in denen sich weltweit jeder „treffen“ und über sein Leben und Dinge, die ihn interessierten, erzählen konnte.

Durch die Veränderung im WWW von Web 1.0, wenige Bearbeiter haben vielen Benutzern Informationen zur Verfügung gestellt, die diese passiv nutzten (one to many communication), zu Web 2.0, viele Bearbeiter teilen aktiv Informationen mit vielen Benutzern, die diese selbst weiterbearbeiten und wieder zur Verfügung stellen (many to many communication), ging im Jahr 2004 das erste virtuelle soziale Netzwerk online, Orkut. Es war ein Netzwerk, das hauptsächlich in Indien und Brasilien bekannt war und genutzt wurde. Nur kurze Zeit später folgte das bekannteste soziale Netzwerk, Facebook.

Ein virtuelles soziales Netzwerk bietet dem Mitglied die Möglichkeit sich mit Freunden, Bekannten oder Fremden, aber auch Organisationen mit gleichen Interessen online zu treffen und digital zu vernetzen. Die dadurch entstehenden Beziehungsgeflechte werden von dem Mitglied genutzt, um persönliche Informationen auszutauschen, Inhalte mit der gesamten Community zu teilen und zu diskutieren. Diese Interaktion läuft über eine Plattform, auf der sich das Mitglied anmeldet und ein eigenes persönliches Profil erstellt mit Name, Wohnort, Geburtstag, Beziehungsstatus, usw. Zu dem Profil gehört auch noch ein Profilfoto, das die Mitglieder meist von ihrer besten Seite zeigt. Neben dem Profilfoto können auch noch andere Fotos aus dem Leben des Mitglieds von ihm hochgeladen werden, ein virtuelles Fotoalbum. Im Vordergrund steht der Austausch der Mitglieder über Themen, die sie beschäftigen (beruflich oder privat). Das Besondere an sozialen Netzwerken im Cyberspace ist, dass das Mitglied alle seine Inhalte selbst erstellen und stets weiter ausbauen oder erneuern kann. Der Betreiber stellt lediglich die Infrastruktur für die Mitglieder.

Soziale Netzwerke haben sich zu unserem stetigen Begleiter entwickelt. Durch die Möglichkeit der globalen Vernetzung wächst die Beliebtheit sozialer Netzwerke rasant an und es gehen immer mehr soziale Netzwerke online. Dadurch gibt es heute eine sehr breite Vielfalt an unterschiedlichen sozialen Netzwerken. Es gibt Business Netzwerke z.B. Xing oder LinkedIn, Schüler- und Studentennetzwerke z.B. SchülerVZ und StudiVZ, regionale, nationale und internationale Netzwerke z.B. Lokalisten oder Facebook oder themen- und interessenbezogene Netzwerke z.B. Vereinsnetzwerke.

Die folgende Grafik (Abbildung 1) zeigt die meist genutzten Netzwerke in Deutschland im Jahr 2015. Facebook ist dabei mit 80,5 Prozent das meist genutzte soziale Netzwerk. Ininigem Abstand gefolgt von Youtube (60,9%), Xing (28,2%), Google+ (27,5%), Twitter (23,1%), StayFriends (18%), LinkedIn (15,3%), Instagram (14,5%), Pinterest (9,9%) und MyVideo (9,6%) [Statista1 2015].

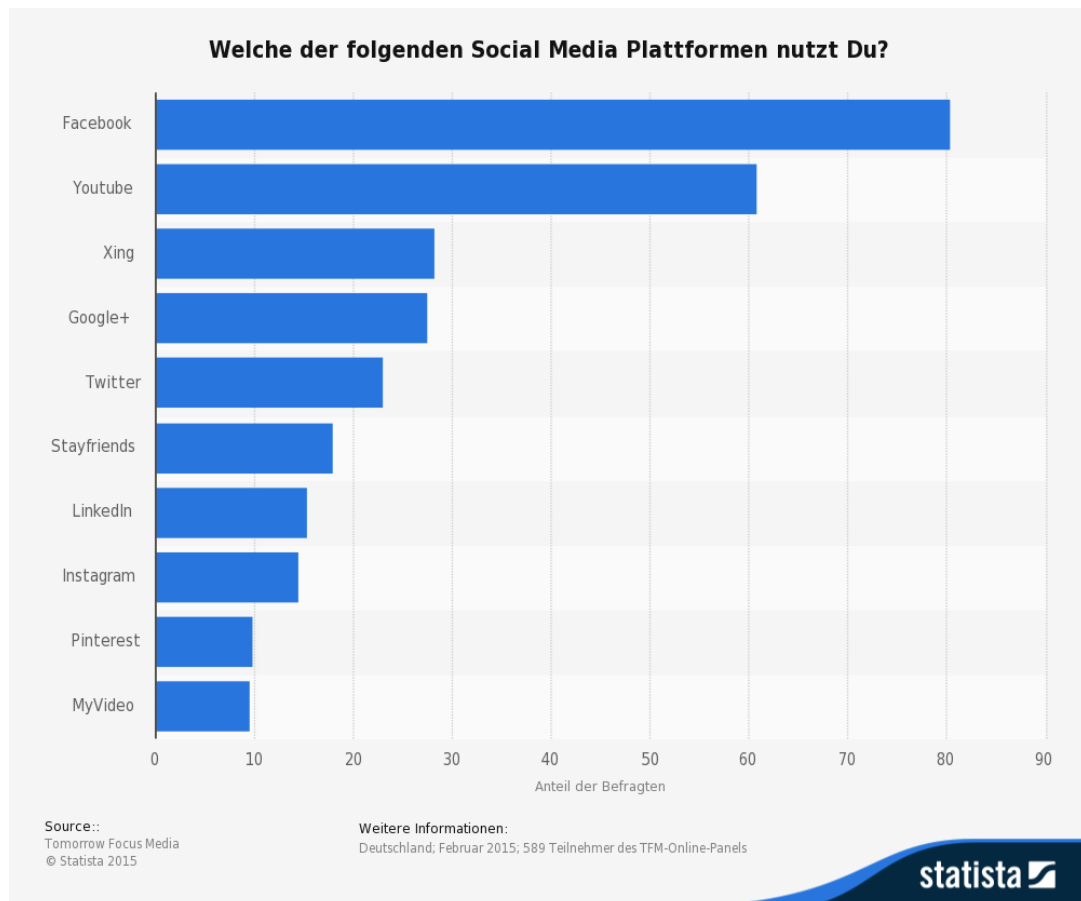


Abbildung 1: Umfrage zu den meist genutzten Netzwerken in Deutschland 2015, Quelle: www.statista.de

Abbildung 2 zeigt, dass im weltweiten Vergleich Facebook ebenfalls mit deutlichem Abstand bei der Anzahl der monatlichen aktiven Nutzer im Jahr 2014 (1,415 Mio. Nutzer) an erster Stelle steht. Der chinesische Instant-Messaging-Dienst QQ folgt Facebook in einigem Abstand mit 829 Mio. Nutzer. Dem folgt der Instant-Messaging-Dienst Whatsapp (700 Mio. Nutzer), der ebenfalls chinesische Instant-Messaging-Dienst QZone (629 Mio. Nutzer), der Messenger von Facebook (500 Mio. Nutzer), der chinesische Chat-Dienst WeChat (468 Mio. Nutzer), LinkedIn (347 Mio. Nutzer), Skype, Google+, Instagram und das chinesische Netzwerk Baidu Tieba mit jeweils 300 Mio. Nutzer, Twitter (288 Mio. Nutzer), usw [Statista2 2015].

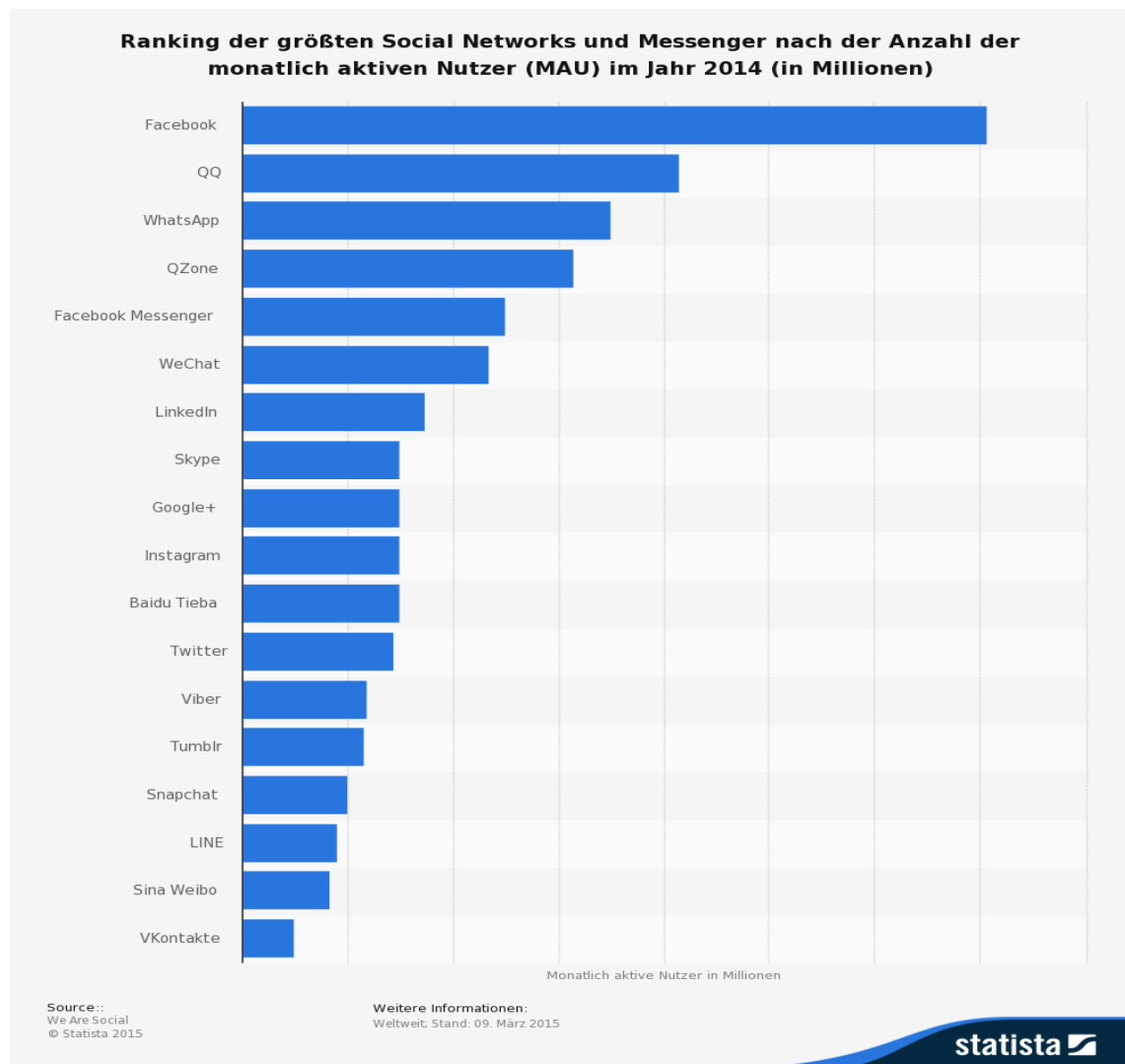


Abbildung 2: Social Networks mit den meisten Nutzern weltweit 2014, Quelle: www.statista.de

2.1.2 Wie funktionieren soziale Netzwerke

Soziale Netzwerk-Seiten sind für das Mitglied sehr einfach aufgebaut. Das Beitreten erfolgt durch die Angabe verschiedener persönlicher Daten. Name (Vor- und Nachname) Benutzername, E-Mail-Adresse und Passwort, in manchen Fällen noch Geburtsdatum und Geschlecht, und schon ist man Mitglied. Ist die Person Mitglied, kann sie ihr Profil wie bereits in 2.1.1 erwähnt weiter ausbauen. Zum Profil gehört ein Profilbild, welches jedes andere Mitglied sehen kann. Die weiteren Informationen des Mitglieds können sichtbar oder unsichtbar gemacht werden. Diese Informationen beinhalten z.B. das Geburtsdatum, Wohnort, Arbeitsstätte, Hobbys, Beziehungsstatus, usw.

Digitale soziale Netzwerke funktionieren sehr ähnlich wie die sozialen Netzwerke offline. Das Mitglied kann sich untereinander mit anderen Mitgliedern vernetzen und so Freundschaften pflegen, neue Freunde finden und diese über sein Leben auf dem Laufenden halten. Es kann zu jeder Zeit seinen Freunden mitteilen, was es gerade macht oder machen möchte, wo es gerade ist, welchen neuen Kinofilm es sich anguckt oder welche Musik es gerade berührt. Das alles funktioniert über ein kleines Textfeld in das es alles schreiben kann, was ihm auf dem Herzen liegt und es dann mit dem entsprechenden Emotionssmiley in Sekundenschnelle in den Newsfeed seiner Freunde schickt. Diese könne seinen Eintrag kommentieren, auf ‚Gefällt mir‘ drücken oder teilen. Alles in Sekundenschnelle. Passiert eine dieser drei Aktionen erhält der Nutzer eine Mitteilung und sieht, was gerade bei seinem Eintrag geschehen ist.

Des Weiteren kann das Mitglied z.B. Veranstaltungen erstellen und dazu Freunde einladen, die diese dann annehmen oder ablehnen können, die Fanseiten von Firmen, Musikern, Schauspielern oder generell Personen des öffentlichen Lebens ‚ liken‘ (Gefällt mir-Button) oder ihnen folgen (Follower). Dadurch kann es sich seinem Idol näher fühlen, weil es die neusten Einträge bereits Sekunden nach dem sie von dem Idol gepostet wurden liken und kommentieren kann. Das Mitglied kann ebenfalls selbst eine Fanpage erstellen, die dann von anderen Mitgliedern geliked werden kann.

Um verschiedene Informationen mit einer großen Gruppe, aber nicht allen Freunden zu teilen, kann das Mitglied ebenfalls eine Gruppe erstellen und die ausgewählten Personen einladen oder selbst in eine Gruppe eingeladen werden. Die Gruppen können geschlossen sein, dann muss es eingeladen werden oder öffentlich sein, dann kann es selbst beitreten.

Neben dem Profilfoto kann das Mitglied weitere Fotos in das soziale Netzwerk stellen und so ein digitales Fotoalbum erstellen. Auf diesen Fotos kann es sich selbst und/oder seine Freunde verlinken, eine Erklärung oder den Ort, an dem das Foto entstanden ist, hinzufügen.

Öffnet das Mitglied sein soziales Netzwerk, sieht es direkt die allerneuesten Aktivitäten und Posts seiner Freunde und geliketen Seiten. Über verschiedene Untermenüs gelangt es auf die Profilseiten seiner Freunde, Fremden oder Firmen sowie seiner Gruppen, Veranstaltungen oder Spieleseiten. Um einen neuen Freund hinzuzufügen, reicht ein einfacher Klick auf den „Freund hinzufügen-Button“ z.B. bei Facebook oder auf den „Follow-Button“ z.B. bei Instagram und Twitter und die Person erhält sofort eine Anfrage, die sie annehmen oder ablehnen kann.

Neben den Profilen von den Mitgliedern und denen der Fan-, Produkt- oder Firmenseiten und deren Kommunikation untereinander, unterstützen soziale Netzwerke auch den Aspekt der Allgemeinbildung. Viele Firmen und insbesondere die Nachrichtensender z.B. BBC, Spiegel oder N24, aber auch Privatleute posten und teilen Ereignisse, die in aller Welt passiert sind, oder geben Ratschläge und Tipps für das Privat- oder Berufsleben.

Beispiel: Alle Nachrichtensender berichteten stets über die neuen Erkenntnisse, die bei dem Anschlag auf Paris am 13. November 2015 gewonnen wurden. Das Mitglied konnte sich so stetig auf dem Laufenden halten. Facebook bot seinen Mitgliedern an sich solidarisch zu zeigen und ihre Profildfotos mit der französischen Flagge zu versehen.

Soziale Netzwerke möchten die Kommunikation unter Freunden, Fremden und Firmen erleichtern und jederzeit verfügbar machen. Durch das Web 2.0 ist dies möglich. Postet ein Freund einen neuen Eintrag sieht es das Mitglied sofort, kommentiert oder liked das Mitglied den Eintrag, sieht es der Freund sofort. Aber besonders Facebook nutzt sein soziales Netzwerk inzwischen nicht mehr nur als reine Kommunikations- und Selbstdarstellungsplattform. Es werden hunderte von Spielen angeboten, alle Art von Werbung geschaltet und das Mitglied kann über die Facebook Seite einer Firma deren Produkte direkt kaufen oder zum Onlineshop geleitet werden (Abbildung 3). Diese Abbildung zeigt die Startseite von der Verfasserin bei Facebook. Die verschiedenen im Verlauf des Kapitels beschriebenen Punkte sind unterschiedlich markiert.

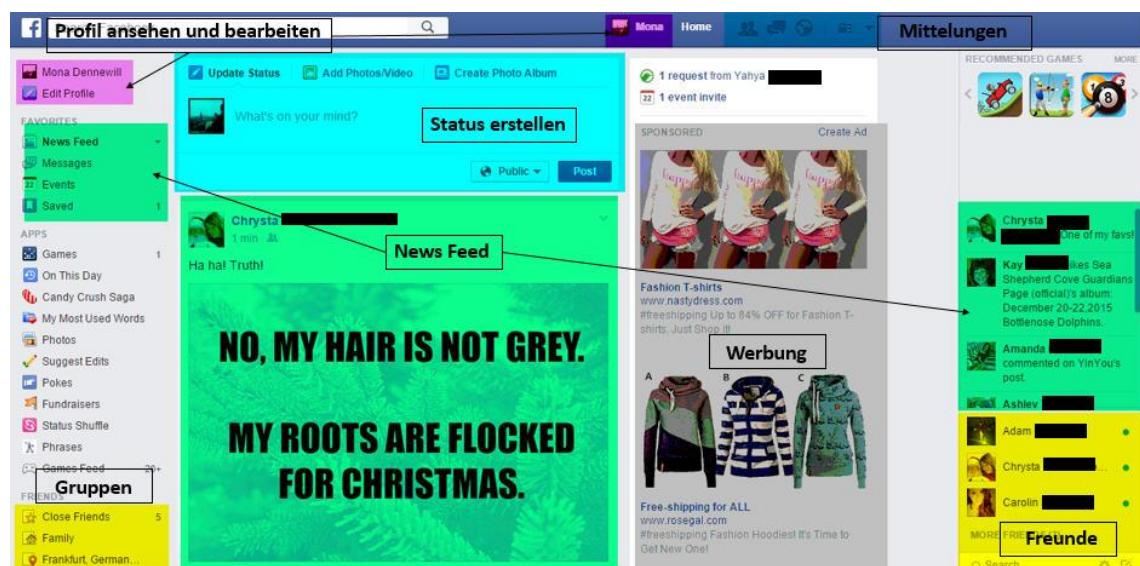


Abbildung 3: Facebook Startseite der Verfasserin, Quelle: eigene Darstellung

2.1.3 Welche Arten von sozialen Netzwerken gibt es

Inzwischen gibt es eine sehr große Anzahl an den unterschiedlichsten sozialen Netzwerken. Die meisten Menschen denken bei dem Begriff soziales Netzwerk erstmal an Facebook und Instagram. Dies sind mit Xing, LinkedIn, StayFriends, Pinterest, usw. die klassischen sozialen Netzwerke, die mit den in 2.1.2 genannten Kriterien arbeiten. Doch es gibt noch viele weitere. Die meisten davon lassen sich in die folgenden fünf unterschiedlichen Kategorien einordnen.

Twitter

Twitter ist ein Kurznachrichtendienst, bei dem das Mitglied eine Textnachricht mit maximal 140 Zeichen verfassen und posten kann. Diese Posts sind anschließend für alle anderen Mitglieder sichtbar, da es nicht die Möglichkeit gibt, sein Profil privat zu setzen. Jedes Mitglied kann dann einen Kommentar zu dem Post abgeben oder ihn ‚retweeten‘ (Weiterverbreitung eines abgesetzten Posts). Der Reiz an Twitter für Privatpersonen, Prominente oder Unternehmen liegt in der erzwungenen Kürze der Posts und die enorme Reichweite, da das Mitglied keinem anderen Mitglied eine Freundschaftsanfrage wie bspw. bei Facebook senden muss, sondern einfach diesem ‚followed‘ (folgt).

Chat

Bei Chats geht es um die parallele Kommunikation. Das bedeutet, dass sich die Mitglieder/User synchron (gleichzeitig) schreiben. Beide User können sich online genauso unterhalten, wie sie es offline können. Seit einigen Jahren basieren Chats nicht mehr nur auf Textnachrichten, mittlerweile kann, je nach Chat, eine Ton- und/oder Videospur dazukommen, z.B. Skype. Chats zu kategorisieren ist sehr schwer, da sich die Funktionsweise untereinander sehr ähnelt. Dennoch fand eine Aufteilung in allgemeine Chats z.B. Facebook Messenger, ICQ oder AIM und Instant Messenger z.B. Whatsapp, Threema oder Telegram statt. Der Unterschied liegt in der Sprache, da bei Instant Messengern sehr viel mit Abkürzungen, Umgangssprache oder Emoticons (Emojis) gearbeitet wird.

Blog

Blogs stellen eine eher atypische Form der sozialen Netzwerke da. Sie sind Internetpublikationen privater Natur. Der Blogger stellt Berichte über Themen, die ihn interessieren, online z.B. Beautyblogs, Blogs über die letzte Urlaubsreise oder Blogs von Journalisten

über Kriegsgebiete. Diese Blogs sind öffentlich, sodass sie jeder lesen und kommentieren kann.

Forum

Unter einem Internetforum versteht man einen „Raum“ indem jedes Mitglied seine Gedanken und Gefühle oder gemachten Erfahrungen usw. mit anderen Mitgliedern austauschen kann. Dabei funktioniert die Kommunikation, im Gegensatz zu Chats, asynchron. Das heißt, dass das Mitglied ein Beitrag veröffentlicht und nicht direkt eine Antwort in Form von einem Kommentar erhält. Auch auf Kommentare wird nicht sofort geantwortet. Für jedes Thema gibt es ein unterschiedliches Forum z.B. Vereinsforum, Forum für Meerschweinchenhalter oder Hilfe-Foren, in denen nach Ratschlägen gesucht wird.

Partnersuche

In Portalen zur Partnersuche z.B. ElitePartner, FriendScout24, Parship oder Neu verfasst das Mitglied ein Profil mit Name, Bild, Geschlecht, usw. Der Unterschied zu bspw. Facebook liegt darin, dass das Mitglied ebenfalls auch Hobbies, Charaktereigenschaften und Größe oder Haarfarbe angibt, um die Partnersuche besser auf die eigene Person abzustimmen und so vielleicht den Traumpartner kennenlernt.

76 Prozent aller Internetnutzer sind in mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet. Während bei den über 50-Jährigen nur rund jeder Zweite bei einem sozialen Netzwerk angemeldet ist, meist auf Facebook oder in einem Forum, sind es bei den unter 30-Jährigen fast 96 Prozent [Bitcom 2011, S.3]. Es gibt einige soziale Netzwerke, bei denen nur eine bestimmte Altersgruppe angemeldet ist, z.B. SchülerVZ hat fast nur Mitglieder zwischen 12-19 Jahren [Bitcom 2011, S. 5]. Instagram (37 Prozent) und Tumblr (38 Prozent) wird öfters von 16-24-Jährigen genutzt, während Pinterest (31 Prozent), Google+ (31 Prozent), LinkedIn (32 Prozent) und Facebook (29 Prozent) öfters von 25-34-Jährigen genutzt wird. Nur rund 20 Prozent der 35-44-jährigen nutzten die oben genannten Netzwerke (Abbildung 4) [Statista3 2015].

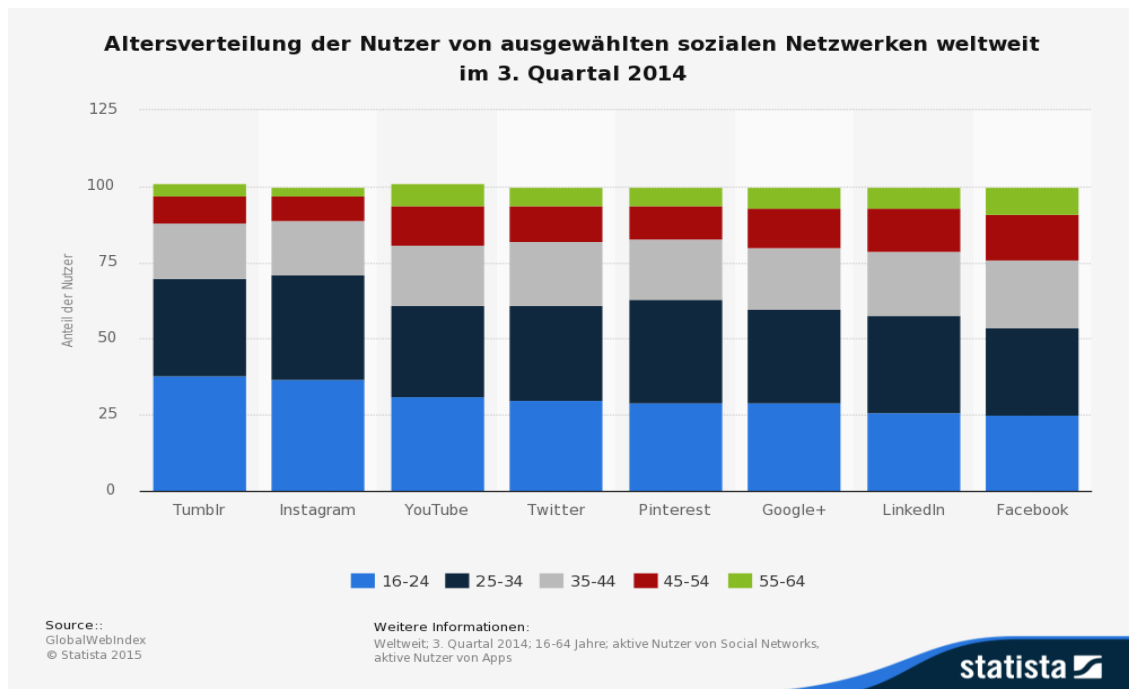


Abbildung 4: Altersverteilung der Nutzer von social Networks nach Plattformen weltweit 2014, Quelle: www.Statista.de

2.1.4 Risiken von sozialen Netzwerken

Soziale Netzwerke können auch einige Risiken mit sich bringen. Durch das Verlangen alles über das eigene Leben zu posten, kann die Privatsphäre nicht mehr richtig gewahrt werden. Jeder Post, jedes Bild bleibt im Netz und verbreitet sich sehr schnell. Dies ist auch dann der Fall, wenn er gelöscht wird. Des Weiteren können ‚Fake-Profile‘ angelegt werden, in denen sich Personen für andere ausgeben und so falsche Informationen über die Person verbreiten. Hacking ist ebenfalls ein Problem. Hierbei wird auf fremde Accounts zugegriffen und es können falsche Nachrichten geschrieben oder Fehlinformationen gegeben werden.

Viren können auch sehr leicht über soziale Netzwerke verbreitet werden, indem z.B. eine Person auf den geposteten Link eines Freundes klickt, der ein Virus enthält. Auch Cybermobbing stellt ein großes Risiko durch die unbegrenzten Vernetzungsmöglichkeiten im Internet da. Des Weiteren suchen immer öfter zukünftige Arbeitgeber in den sozialen Netzwerken nach ihren Bewerbern, um sich so ein weiteres Bild von ihnen machen zu können.

Die folgende Grafik zeigt die negativen Erfahrungen, die von Jugendlichen bereits im Internet gemacht wurden, fast alle davon in sozialen Netzwerken (Abbildung 5).

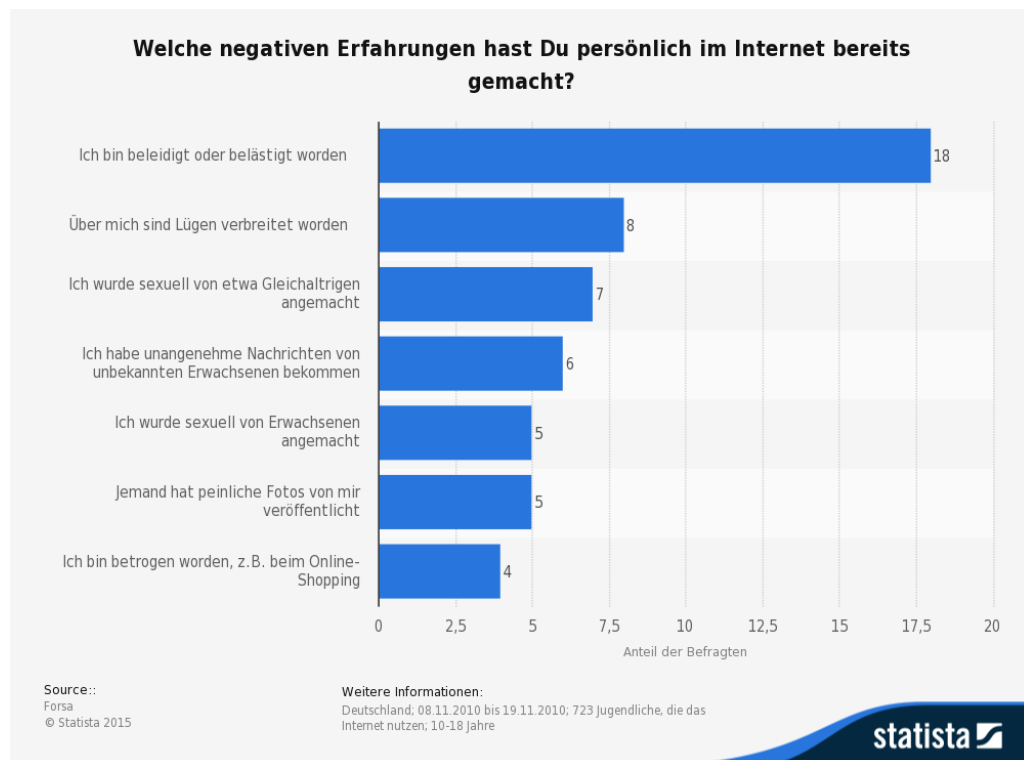


Abbildung 5: Negative Erfahrungen von Jugendlichen im Internet, Quelle: Statista.de

2.2 Definition Gruppenzwang

Um Gruppenzwang zu definieren, muss vorab definiert werden, was eine Gruppe und was Zwang ist.

Definition Gruppe:

In der sozialpsychologischen Literatur gibt es eine Vielzahl von unterschiedlichen und breitgefächerten Definitionen einer Gruppe.

Henry Clay Lindgrens Definition für eine Gruppe lautet: „Wenn zwei oder mehr Personen in irgendeiner Beziehung zueinander stehen, bilden sie eine Gruppe“ [Lindgren 1973, S. 347].

Micheal S. Olmsted definiert eine Gruppe etwas genauer: „Eine Gruppe kann definiert werden als eine Mehrheit von Individuen, die in Kontakt miteinander stehen, aufeinander reagieren und in wesentlichen Punkten Gemeinsamkeiten erleben“ [Olmsted 1959, S. 21].

Noch genauer definieren John W. McDavid und Herbert Harari eine Gruppe: „Eine sozialpsychologische Gruppe ist ein organisiertes System von zwei oder mehr Individuen, die so miteinander verbunden sind, dass in einem gewissen Grade gemeinsame Funktionen möglich sind, Rollenbeziehungen zwischen den Mitgliedern bestehen und Normen existieren, die das Verhalten der Gruppe und aller ihrer Mitglieder regeln“ [McDavid/Harari 1968, S. 237].

Manfred Sader hat die oberen Definitionen einer Gruppe an folgendem Beispiel erläutert: „Wenn zwei einander Fremde nebeneinander die Straße entlang gehen, dann sind sie offenbar nach keiner dieser drei Definitionen eine Gruppe. Werden diese beiden Personen jedoch gemeinsam von einem Dritten für eine Wohltätigkeitssammlung angesprochen, so sind sie nach Lindgren eine Gruppe, nach Olmsted und McDavid & Harari jedoch nicht. Bitten wir fünf Studenten, die einander unbekannt sind, gemeinsam zu einem sozialpsychologischen Experiment in einen Raum und verlesen eine Instruktion, so sind die fünf nach Lindgren und Olmsted eine Gruppe, nicht hingegen nach McDavid & Harari. Erst wenn die Teilnehmer eine Weile miteinander zu tun gehabt haben und sich Ansätze von Rollenspezifizierungen bilden und gemeinsame Normen entwickeln, erst dann würden die Autoren der drei Definitionen wieder miteinander übereinstimmen und von einer sozialpsychologischen Gruppe reden“ [Sader 1998, S. 38].

Zusammenfassend lässt sich also eine Gruppe definieren als zwei oder mehr Individuen, die untereinander interagieren, gemeinsame Ziele verfolgen und dabei die gleichen Normen und Verhaltensvorschriften befolgen. Dabei lassen sich Gruppen in Dyaden (2 Personen), Kleinstgruppen (ca. 2-6 Personen), Gruppen (ca. 3 - 30 Personen) und Großgruppen (25+ Personen) unterteilen [vgl. Sader 1998, S. 39].

Definition Zwang:

„Unter Zwängen versteht man in der Psychologie ständig wiederkehrende Impulse, die die betroffenen Menschen in ihrer alltäglichen Lebensführung stark einschränken“ [Online Lexikon für Psychologie 2015]. D.h. ein Zwang ist ein Druck, der auf dem Individuum lastet und der ihn in seinem Leben oder einer Lebenssituation einschränkt.

Definition Gruppenzwang:

Gruppenzwang wird auch Gruppen- oder Konformitätsdruck genannt. Damit ist der Auslöser gemeint, weshalb eine Person, z.B. das Mitglied einer Gruppe, sein Verhalten oder seine Einstellung innerhalb seiner Gruppe oder gegenüber einer anderen bestimmten

Gruppe oder Person verändert. Es wird eine Art Zwang auf das Gruppenmitglied gelegt, durch den er seine Meinung/Einstellung/Verhalten ändert, um sich dem Verhalten der anderen Gruppenmitglieder anzupassen oder um akzeptiert zu werden. Ein einfaches Beispiel für ein verändertes Verhalten: A geht mit seiner Gruppe ins Stadion zum Fußball schauen und als ein Tor fällt springt er auf, reißt seine Arme in die Luft und ruft laut „Toooooor“, obwohl ihn Fußball nicht interessiert, aber seine Gruppe die gleichen Emotionen zeigt. Ein Beispiel für eine veränderte Einstellung: Die Gruppe von B redet schlecht über C. B macht mit, obwohl B C kaum kennt und sich noch keine Meinung über C machen konnte.

2.2.1 Wie entsteht Gruppenzwang bzw. Konformitätsdruck

Gruppenzwang entsteht durch verschiedene Einflüsse, die auf ein Individuum wirken. Der normative Einfluss der Gruppe auf das Individuum, der informative Einfluss der Gruppe auf das Individuum und das eigene Selbstwertgefühl.

Die bekannte Bedürfnispyramide von Abraham Maslow beschreibt die fünf Bedürfnisse, die jeder Mensch hat (Abbildung 6). Die niedrigeren Bedürfnisse (Defizitbedürfnisse) braucht der Mensch um zu überleben, diese müssen erfüllt sein, damit er zufrieden ist. Die höheren Bedürfnisse (Wachstumsbedürfnisse) führen neben der Zufriedenheit zum Glück [vgl. Maslow 1 2013].



Abbildung 6: Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow (1943) Quelle: www.topfox.ch

Jeder Mensch trägt das Bedürfnis in sich, von anderen Menschen akzeptiert zu werden und zu einer Gruppe dazuzugehören (Soziale Bedürfnisse). Das bedeutet, dass der Mensch eine Antipathie der Gruppe gegenüber sich selbst befürchten muss, wenn er anders ist als die Gruppe. Je mehr Leute eine Person auf einmal beschimpfen und beleidigen, desto schlimmer ist die Auswirkung auf die Psyche der Person. Die Folge ist, die Person passt ihr Verhalten, ihre Einstellung schon vorsorglich der Gruppe an, weil sie akzeptiert werden und sympathisch wirken möchte. → Der normative Einfluss der Gruppe auf das Individuum.

Das Nicht-Wissen über Themen kann für eine Person sehr gefährlich sein. Um dieses Informationsdefizit zu beseitigen sucht die Person nach einer Lösung. Die Lösung kann eine Gruppe sein, die genaue Vorstellungen und Meinungen zu bestimmten Themen hat und so die Lücken der Person füllen kann. → Der informative Einfluss der Gruppe auf das Individuum.

Der letzte und wichtigste Einflussfaktor ist das eigene Selbstwertgefühl. Je mehr positive Bestätigung die Person von der Außenwelt benötigt, um sich selbst wertvoll zu fühlen, desto mehr achtet die Person darauf, was sie tun muss, um von der Gruppe akzeptiert oder sogar geliebt zu werden [vgl. P.I.A. 2015].

Es wurden bereits sehr viele Experimente durchgeführt, um zu erforschen, welche Ursachen und Auswirkungen Gruppenzwang hat. Solomon Asch war einer der ersten Wissenschaftler, der ein Konformitätsexperiment durchgeführt hat und sein Experiment von 1951 gilt als das richtungsweisende Experiment. Es wurde in den folgenden Jahren immer wieder nachgestellt und variiert.

Die Ausgangssituation: Der Versuchsteilnehmer kam in einen Raum, in dem bereits weitere Versuchsteilnehmer an einem Tisch saßen. Dem Versuchsteilnehmer wurde vorher gesagt, dass die anderen Personen ebenfalls Versuchsteilnehmer waren. In Wirklichkeit waren die anderen Personen eingeweiht und Vertraute des Versuchsleiters.

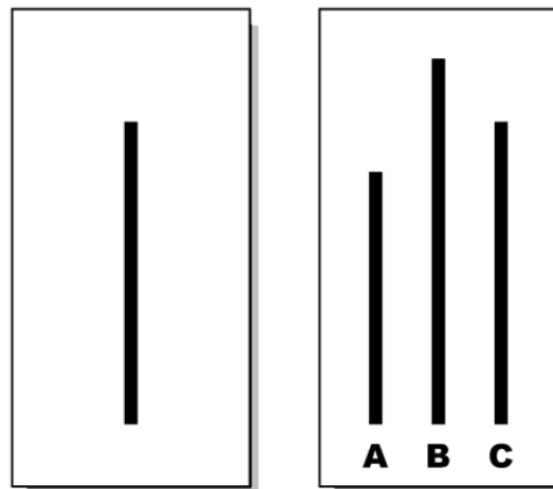


Abbildung 7: Liniensexperiment von Solomon Asch 1951 Quelle: <http://psychology.about.com/>

Die Aufgabe: Als der Versuchsteilnehmer sich zu den anderen an den Tisch gesetzt hatte wurden allen mehrere Linien gezeigt (Abbildung 7) und die Aufgabe bestand darin, festzustellen, welche der drei Linien (A, B, C) mit der vierten Linie identisch lang ist. In der Kontrollgruppe, lag die Fehlerquote bei 0,7 Prozent. In der Versuchsgruppe, in der der Versuchsteilnehmer sich befand, lag die Fehlerquote bei durchschnittlich 37 Prozent! Das lag daran, dass die Eingeweihten am Tisch, also alle außer dem Versuchsteilnehmer, bewusst und einheitlich falsche Antworten abgaben. Zuerst war der Versuchsteilnehmer verblüfft und gab weiterhin die richtigen Antworten, aber in der ca. dritten Runden schloss er sich den falschen Antworten an. Die Gruppe hatte eine so große Auswirkung auf sein Verhalten, dass er bewusst die Frage falsch beantwortete. Im zweiten Versuch wurde dem Versuchsteilnehmer ein „Partner“ zur Seite gestellt, der die richtige Antwort gab. Mit dem Partner an der Seite fiel die Fehlerquote auf 5 Prozent.

Nach dem Experiment wurden die Versuchsteilnehmer befragt, warum sie sich der Gruppe angeschlossen und die falsche Antwort gegeben haben. Einige gaben Unsicherheit an und sie hatten das Gefühl, dass die Mehrheit sich sicher ist. Andere wollten mit ihrer Antwort nicht hervorstechen oder hatten Angst vor der Reaktion der Gruppe, wenn sie sich gegen sie stellten. Solomon Asch zeigte mit diesem Experiment, dass sich eine Person von einer Gruppe sehr stark beeinflussen lässt und sogar sein Verhalten ändert, um dazuzugehören und akzeptiert zu werden [vgl. HeroicImaginationTV 2012].

Ein ähnliches Experiment basierend auf Aschs Konformitätsexperiment ist das Experiment von Bibb Latané und John M. Darley. Bei diesem Experiment untersuchten die Forscher 1970 inwieweit Gruppenzwang dazu führt, dass eine Person ihre eigene Gesundheit missachtet. In dem Experiment befand sich der Versuchsteilnehmer alleine in einem Raum. Plötzlich strömte Rauch aus einem Luftschacht in den Raum, was der Versuchsteilnehmer bemerkte. 50 Prozent der Versuchsteilnehmer verließen den Raum innerhalb von 2 Minuten und 75 Prozent innerhalb von 6 Minuten. In einem zweiten Experiment befanden sich neben dem Versuchsteilnehmer noch zwei weitere (eingeweihte) Personen in dem Raum. Als der Rauch in den Raum strömte, blieben die zwei eingeweihten Personen ganz ruhig und ignorierten den Rauch. In diesem Experiment verließen nur 12 Prozent den Raum innerhalb von 2 Minuten und 36 Prozent innerhalb von 6 Minuten [vgl. Uni Würzburg 2002, S. 24].

2.2.2 Welche Auswirkungen kann Gruppenzwang haben

Gruppenzwang kann positive und negative Auswirkungen auf ein Individuum haben. Der Unterschied zwischen positivem und negativem Gruppenzwang sind die Absicht und die Gefühle der Person, die den Druck auf die andere Person ausübt. Bei positivem Gruppenzwang hilft die Gruppe der Person. Die Mitglieder fördern und motivieren das Mitglied eine Leistung zu erbringen. Durch diese Unterstützung schafft es das Mitglied die Leistung zu erbringen und erntet dadurch Stolz und Begeisterung von den anderen Gruppenmitgliedern. Positiver Gruppenzwang kann die Gruppe auch zusammenschweißen, indem sie eine Leistung gemeinsam erbringen, weil sie sich untereinander motivieren und so ihre Verbindung stärken können [vgl. Sensmeier 2012].

Beispiel 1: Die Gruppe unterstützt A dabei vom Rauchen loszukommen.

Beispiel 2: Die Gruppe bestärkt B sich bei einem Unternehmen zu bewerben, bei dem er sich sonst nicht beworben hätte. Dadurch besteht die Chance auf ein Job/Praktikum/Ausbildung, die B sonst vielleicht verpasst hätte.

Beispiel 3: Die Schüler bestärken sich gegenseitig gute Noten zu schreiben.

Bei negativem Gruppenzwang übt die Gruppe so viel Druck (absichtlich oder unabsichtlich) auf eine Person aus, sodass sie ihr Verhalten und ihre Meinung ändert, nur um wieder Teil der Gruppe zu sein und akzeptiert zu werden. Im drastischsten Fall möchte die Person nicht mehr sie selbst sein, sondern lieber jemand anderes, jemand der beliebter ist. Die Person verliert ihren eigenen Charakter und versucht, ihn durch einen

vorgetäuschten zu ersetzen. Das kann auch dazu führen, dass die Person denkt, dass nicht die Gruppe, sondern sie sich selbst diesen Druck auferlegt.

Eine weitere Auswirkung kann die Abhängigkeit der Gruppe von ihrem „Anführer“ sein. Innerhalb der Gruppe wird eine Art „Anführer“ gesucht, der die Entscheidungen vorgibt (Dependenz). Durch den Gruppenzwang wählen die Mitglieder das Mitglied mit dem meisten Selbstbewusstsein oder der Coolness, das Mitglied dem sie am ähnlichsten sein wollen. Dadurch entsteht eine gewisse Hierarchie innerhalb der Gruppe. So werden seine Entscheidungen nicht hinterfragt, sondern nur von den anderen Mitgliedern unterstützt [vgl. Peer Pressure].

Eine weitere Folge von Gruppenzwang ist Mobbing. Mobbing bedeutet, dass eine Person von einer anderen Person, meist einer Gruppe, über einen längeren Zeitraum (mindestens 6 Monate) hinweg verbal/nonverbal, physisch oder psychisch schikaniert wird [vgl. Graf 2007]. Der negative Gruppenzwang kann dazu führen, dass sich der „Anführer“ der Gruppe ein Mobbingopfer ausgesucht hat und dabei von der ganzen Gruppe unterstützt wird. Sollte sich ein Mitglied der Gruppe weigern mitzumachen, so wird es häufig ausgeschlossen und nicht mehr akzeptiert. Das Ausstoßen aus der Gruppe kann das ehemalige Mitglied selbst zur Zielscheibe seiner ehemaligen Gruppe machen oder es sucht sich eine neue Gruppe und nimmt deren Werte und Normen an. Besonders anfällig für Gruppenzwang sind Individuen mit schwachem Selbstvertrauen (Mitläufer) oder großem Harmoniebedürfnis (sie wollen von allen gemocht werden).

Abschließend lässt sich sagen, dass Gruppenzwang nicht nur offline stattfinden kann, sondern sich durch die heutige Technologie (WWW) auch online auf soziale Netzwerke übertragen lässt.

3 Soziale Netzwerke als Instrument zur Förderung von Gruppenzwang

Das vorangehende Kapitel 2 – Theoretische Grundlagen hat soziale Netzwerke und Gruppenzwang definiert und erläutert. Das folgende Kapitel befasst sich mit der Beantwortung der Forschungsfrage, inwieweit soziale Netzwerke Gruppenzwang fördern können. Um diese Frage beantworten zu können hat die Verfasserin ein Interview mit der Medienpsychologin Dr. Astrid Carolus geführt, deren Antworten in dem folgenden Kapitel eingearbeitet sind. Des Weiteren hat die Verfasserin eine Umfrage mit 13 Fragen über das Verhalten und die Aktivitäten in den sozialen Netzwerken erstellt und von den Nutzern beantworten lassen. Außerdem hat sie sich einem Selbsttest unterzogen, indem sie ihr eigenes Verhalten und ihre vergangenen Aktivitäten in ihren sozialen Netzwerken beobachtet und analysiert hat. Diese Antworten fließen ebenfalls in den folgenden Text mit ein.

3.1 Was fasziniert Menschen an sozialen Netzwerken

Wie bereits in Kapitel 2 beschrieben sind fast 76 Prozent aller Internetnutzer in mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet. Doch was fasziniert die Mitglieder so daran, dass sie zum Teil mehrmals täglich posten (Abbildung 8), was sie denken, gerade machen oder gemacht haben? Dass sie Bilder von sich selbst, ihren Kindern oder von Partys online stellen, jedem mitteilen wollen, wo genau sie gerade sind, wohin sie gleich in Urlaub fliegen oder welchen Film sie gerade schauen und sich dabei über jeden Like und jeden Kommentar freuen.



Abbildung 8: Darstellung der Posts von einem Tag einer Facebookfreundin der Verfasserin Quelle: eigene Darstellung

Diese Frage hat die Verfasserin auch Dr. Astrid Carolus, Medienpsychologin an der Universität Würzburg, gestellt. Dr. Carolus ist der Meinung, „dass soziale Netzwerke eins schaffen und zwar, die grundlegenden menschlichen Bedürfnisse zu erfüllen. Als Menschen sind wir soziale Wesen und entsprechend haben wir beispielsweise ein Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Affiliation, und soziale Netzwerke ermöglichen genau das. Wir sind wortwörtlich Teil eines Netzwerkes. Wir dokumentieren, dass wir sozial eingebunden sind, was unser Bedürfnis nach Zugehörigkeit bedient. Des Weiteren ebenfalls in diesem sozialen Kontext haben wir ein Bedürfnis nach Kommunikation, das wird bedient. Wir haben ein Bedürfnis nach Selbstdarstellung, was bedient wird. Wir haben ein Bedürfnis, mit unseren engen Menschen sozusagen so einfach wie auch im echten Leben in Kontakt zu sein. Und das funktioniert ganz wunderbar über soziale Netzwerke.“ [Carolus 2015, S. 1]. Wie bereits in Kapitel 2.2.1 beschrieben hat jeder Mensch 5 Bedürfnisse, die zu Zufriedenheit und Glück führen. Zugehörigkeit ist ein Teil des sozialen Bedürfnisses. Menschen sind, wie Dr. Carolus beschreibt, „soziale Wesen“ [Carolus 2015, S. 1]. Ohne den Kontakt zu anderen Menschen werden wir nicht glücklich. Jeder Mensch muss dabei allerdings selbst entscheiden, ob er diesen sozialen Kontakt off- oder online möchte. In der erstellten Umfrage wurde die Frage nach dem Grund der Mitgliedschaft in den sozialen Netzwerken gestellt (Abbildung 9).

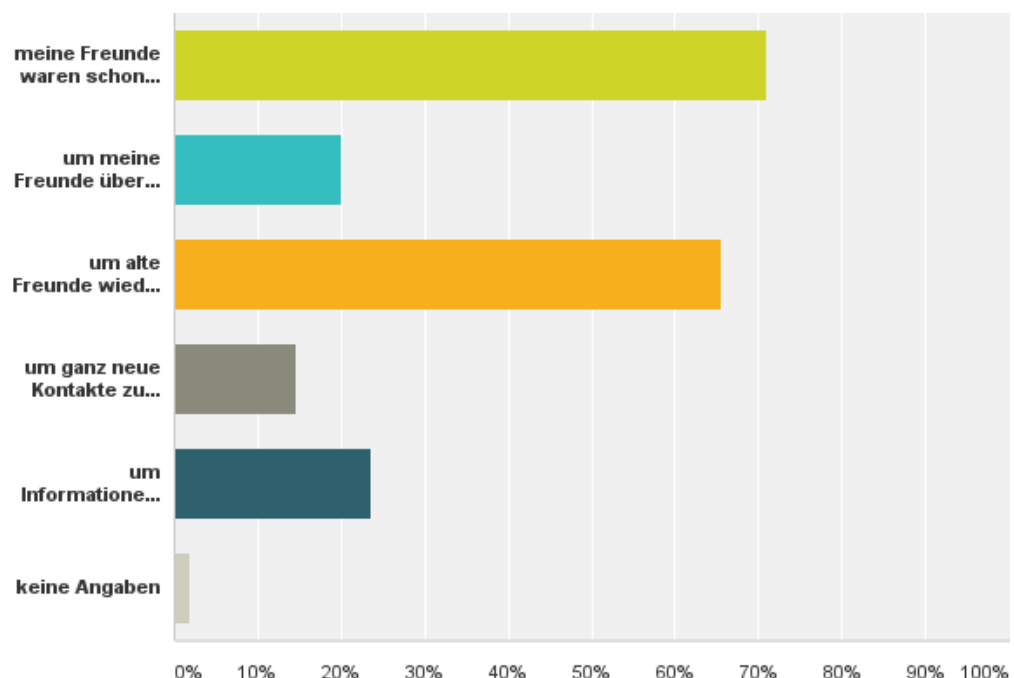


Abbildung 9: Umfrageergebnis zu „Warum bist du Mitglied in deinen sozialen Netzwerken geworden?“ Quelle: eigene Darstellung

70,2 Prozent der Befragten gaben ‚meine Freunde waren schon angemeldet‘ an und 65,5 Prozent gaben ‚um alte Freunde wieder zu kontaktieren und mit neuen Freunden in Kontakt zu bleiben‘ als Grund für die Mitgliedschaft an (eine Mehrfachnennung war möglich). Lediglich 20 Prozent haben sich angemeldet, um ihre Freunde über ihre Aktivitäten zu informieren [Eigene Umfrage 2015, S. 6].

Diese Angaben unterstützen die Aussage von Dr. Carolus. Auch die Verfasserin hat sich in sozialen Netzwerken angemeldet, weil ihre Freunde bereits angemeldet waren und um dadurch mit ihnen in Kontakt zu bleiben. Sie kann so einfacher bzw. ohne großen Aufwand mit Freunden kommunizieren, die nicht in ihrer Umgebung wohnen. Durch einen kleinen Tastendruck öffnet sich ein Chatfenster und die Unterhaltung kann beginnen. Beispielsweise haben Facebooknutzer in den USA im Durchschnitt 350 Freunde [Statista4 2015], wodurch fast immer jemand online ist, der angeschrieben werden kann. Das nächste Bedürfnis, das Dr. Carolus erwähnt, ist das Bedürfnis nach Kommunikation. Es ist eng mit dem Verlangen nach Zugehörigkeit verbunden, da sie beide soziale Bedürfnisse sind. Das Bestreben mit anderen zu kommunizieren zeigt, dass der Mensch andere Menschen an den guten sowie schlechten Aspekten in seinem Leben teilhaben lassen möchte. Er möchte es ihnen erzählen und dabei deren Meinung aufschnappen. Durch die Möglichkeit der sozialen Netzwerke einen Post zu verfassen, egal ob Text, Bild, Video, usw., wird dieses Bedürfnis bedient. Das Mitglied postet einen Text und die anderen Mitglieder liken ihn und zeigen dem Verfasser damit, dass sie dem zustimmen oder den Text toll finden oder kommentieren ihn, ebenfalls, um ihre Gefühle gegenüber dem Text auszudrücken. Gute Kommentare wie ‚Du bist so hübsch‘ oder ‚Tolles Bild‘ können z.B. bei einem Selfie (Selbstporträt) das Selbstwertgefühl des Mitglieds stärken und vermitteln Wertschätzung.

Das letzte Bedürfnis, das Dr. Carolus erwähnt ist, das Bedürfnis nach Selbstdarstellung. Durch verschiedene Filter z.B. auf Instagram können gemachte Fotos so bearbeitet werden, dass sie das Mitglied von seiner ‚Schokoladenseite‘ zeigen. Es möchte den anderen Mitgliedern zeigen, was es Tolles erlebt oder gemacht hat und diese dadurch beeindrucken. Reist es an einen fremden Ort möchte es seine Freunde ebenfalls ein bisschen neidisch machen, dass es diese tolle Reise unternimmt. Beeindruckende Bilder von der Reise dürfen währenddessen nicht fehlen. Jeder Like und jeder Kommentar bestärken das Mitglied dabei und vermitteln wiederum ein Gefühl von Wertschätzung und Akzeptanz. Ein weiterer Grund für die Faszination von sozialen Netzwerken ist die Faszination an sich. D.h. die Menschen fasziniert das Neue, das Unbekannte und das bieten die sozialen Netzwerke ebenfalls. Bei jedem Öffnen der sozialen Netzwerke ist etwas Neues

passiert. Ein neues Bild von einem Freund, ein neuer Post, der kommentiert oder geliked werden kann oder eine neue Veranstaltung.

Genau diese Kombination aus den Bedürfnissen nach Zugehörigkeit, Kommunikation, Selbstdarstellung und der Faszination des Neuen erfüllen soziale Netzwerke und deshalb sind die Menschen so fasziniert davon und diese so erfolgreich. Da es die sozialen Netzwerke schon seit längerer Zeit gibt, denken die meisten Mitglieder nicht mehr darüber nach warum sie dieses Bild jetzt posten wollen. Der einzige Gedanke, nachdem sie ein schönes Bild gemacht haben, ist, dieses auf Instagram, Facebook etc. zu stellen und auf die Likes und Kommentare zu warten. Durch die Technologie ist es immer einfacher geworden Bilder mit Hilfe des Smartphones zu bearbeiten, um Pickel, Unebenheiten der Haut, usw. einfach verschwinden zu lassen und sich mit Filtern einen bessern Teint zu zaubern oder z.B. die Lippen zu betonen. Die Verfasserin hat ebenfalls des Öfteren Bilder auf Facebook gestellt (Abbildung 10) und kennt das Gefühl. Sie hat sich über jeden der 17 Likes gefreut und das Gefühl der Wertschätzung erlebt. Besonders der Kommentar „sooo gut geworden !!“ hat sie sehr gefreut.

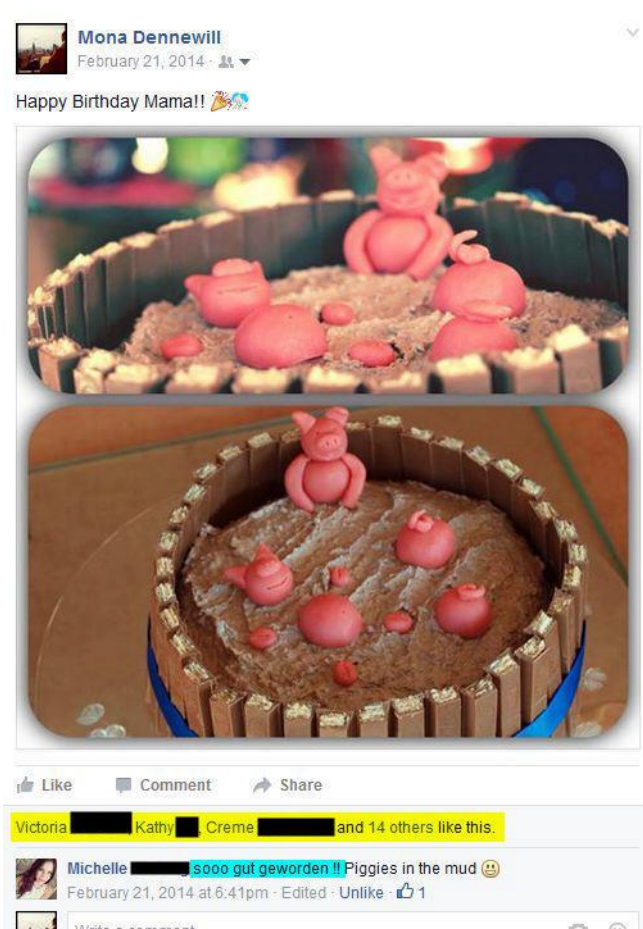


Abbildung 10: Post der Verfasserin Quelle: eigene Darstellung

3.2 Fördern soziale Netzwerke Gruppenzwang

Das zweite Kapitel beschreibt, wie Gruppenzwang entsteht und welche Auswirkungen er offline haben kann. Doch wie ist das online? Dr. Carolus möchte sich bei ihrer Antwort nicht auf ein klares Ja oder Nein festlegen. „[...] man könnte sagen, ja, da (online) werden Prozesse, Gruppenprozesse, die wir auch aus allen anderen sozialen Situationen also auch offline kennen, eventuell erleichtert“ [Carolus 2015, S. 4]. Sie werden erleichtert, weil online eine andere Art der Kommunikation stattfindet, aus dem einfachen Grund, dass sich die Mitglieder nicht sehen. „Kurz gesagt fallen ganz viele soziale Hinweisreize, die wir sonst haben, weg. Wir sehen unser Gegenüber nicht, wir sehen seine Mimik nicht, wir sehen aber auch nicht wie alt er ist, welches Geschlecht er hat, usw. Das nennen wir reduzierte soziale Hinweisreize, Reduced-Social-Cues“ [Carolus 2015, S. 3]. Das bedeutet, dass, wenn das Mitglied mit einem anderen Mitglied chattet oder einen Kommentar hinterlässt, es nicht sieht, was dieses gerade für eine Körperhaltung und Mimik hat. Es kann nicht einschätzen, ob ihm der Chat/der Kommentar Freude bereitet oder ihn sauer macht. Das andere Mitglied kann dies ebenfalls nicht einschätzen (Abbildung 11). Die Abbildung zeigt ein typisches Beispiel, das die Verfasserin ebenfalls bei sich beobachten konnte.

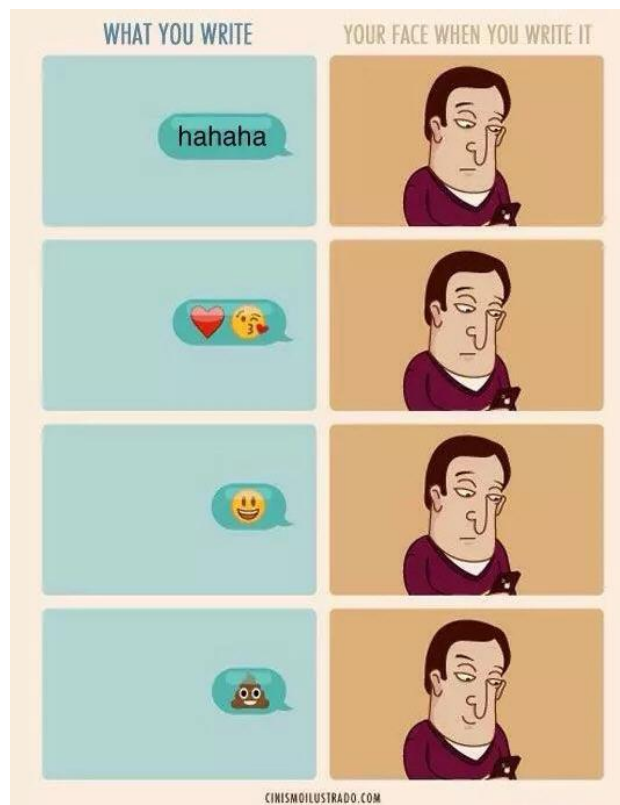


Abbildung 11: What you write; Your Face when you write it. Quelle: ifunny.com

Dabei sind Körpersprache und Mimik sehr wichtig in einem Gespräch, da der Mensch darauf reagiert und so seine Antwort und seine eigene Körperhaltung und -sprache anpasst. Durch die Reduced-Social-Cues fallen den Mitgliedern Gruppenprozesse oder Zustände einfacher, da sie ihr Gegenüber nicht sehen und auch nicht seine Reaktion mitbekommen.

Diese Situation wurde bereits erforscht und „die Theorie dazu heißt SIDE-Modell (social identity model of deindividuation effects - Modell der sozialen Identität und Deindividuation, Anm. d. Verf.). Es geht dabei um die soziale Deindividuation, [...]“ [Carolus 2015, S. 3]. Das SIDE-Modell ist eine Theorie der computervermittelten Kommunikation und stützt sich auf die Social Identity Theory von Tajfel & Turner (1986) und die Selbstkategorisierungstheorie von Turner (1987). Diese beiden Theorien unterscheiden die eigene Identität in die soziale und die personale Identität. Die soziale Identität „ist das Zugehörigkeitsgefühl einer Person zu einer sozialen Gruppe, das auf den Merkmalen der Gruppe beruht“ [Kimmerle 2015]. Im Gegensatz dazu entsteht die personale Identität durch individuelle Eigenschaften. Dabei nimmt das SIDE-Modell an, dass in einer bestimmten Situation die jeweils vorherrschende Identität (soziale oder personale) einen Einfluss auf das Verhalten der Person in der Kommunikation ausübt. In der computervermittelten Kommunikation unterscheidet das SIDE-Modell zwischen zwei Dimensionen der Deindividuation, der Anonymität und der fehlenden Identifizierbarkeit. Kann eine Person ihren Kommunikationspartner selbst nicht sehen ist das die Anonymität, kann die Person im Gegenzug selbst von anderen nicht identifiziert werden, ist das die fehlende Identifizierbarkeit. Des Weiteren unterscheidet das SIDE-Modell zwischen einem kognitiven Aspekt, der sich mit den Effekten von Anonymität beschäftigt und einem strategischen Aspekt, der sich mit den Auswirkungen der Identifizierbarkeit beschäftigt.

Kognitiver Aspekt: Bei einer Person mit vorherrschender personaler Identität wird die Anonymität verstärkt und der Gruppenaspekt verringert. D.h. die Person orientiert sich vor allem an ihren eigenen Werten und Normen. Bei einer Person mit vorherrschender sozialer Identität wird die Anonymität, also auch der Gruppenaspekt, verstärkt und intensiviert. Demnach orientiert sich die Person vor allem an den Werten und Normen der Gruppe.

Strategischer Aspekt: Eine Person orientiert sich nach ihren eigenen Werten und Normen bei geringer Identifizierbarkeit, da sie keine Angst vor Konsequenzen hat. Je höher die Identifizierbarkeit, desto stärker orientiert sich die Person an den Werten und Normen

der Gruppe, da die Gruppenmitglieder mit hoher Wahrscheinlichkeit wissen, wer die Person ist [vgl. Kimmerle 2015].

Zusammenfassend bedeutet das, dass je nach sozialem Netzwerk die Anonymität und fehlende Identifizierbarkeit mehr oder weniger unterstützt wird. Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing oder LinkedIn bieten kaum Anonymität, da das Mitglied im Vergleich zu anderen sozialen Netzwerken sehr viele private Angaben (vollen Namen, Geschlecht, usw. macht. D.h. die Gruppe weiß, wer das Mitglied ist und kann deren Meinung einer Person zuordnen. Eine Person mit sozialer Identität schließt sich damit in diesen sozialen Netzwerken sehr häufig der Meinung der Gruppe an. Soziale Netzwerke wie Twitter, knuddels.de oder andere Chatrooms und Foren bieten sehr viel Anonymität und eine geringe Identifizierbarkeit, da das Mitglied beim Beitreten sich nur für einen Benutzernamen und ein Passwort entscheiden und nichts über seine Person preisgeben muss. D.h. eine Person mit personaler Identität vertritt seine eigene Meinung und lässt sich davon auch nicht abbringen und eine Person mit sozialer Identität vertritt trotz Anonymität die Meinung der Gruppe.

Durch die Reduced-Social-Cues ist die Hemmschwelle von den Mitgliedern niedriger. Das bedeutet, dass sich das Mitglied in sozialen Netzwerken mehr traut. Es kann eher seine Probleme oder Meinungen diskutieren und traut sich mehr preiszugeben, da die anderen es nicht persönlich kennen oder es sehen. Das ist besonders in Hilfeforen wichtig, da die Mitglieder dort anonym sind und daher zu ihren Problemen stehen können ohne verurteilt oder beleidigt zu werden. Manchen fällt es auch leichter, über ihre Probleme zu schreiben als Face-to-Face darüber zu sprechen und missfällt dem Mitglied eine Antwort, kann es sie einfach überlesen.

Wie bereits in Kapitel zwei beschrieben können vor allem Personen mit vorherrschender sozialer Identität mit Gruppenzwang in Berührung kommen, da sie einer Gruppe zugehörig sein und akzeptiert werden möchten. Die Verfasserin hat die folgenden drei Netzwerke auf ihre Fähigkeit zur Förderung von Gruppenzwang analysiert.

3.2.1 Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk, das wenig Anonymität bietet, da das Mitglied sehr viele persönliche Informationen angibt und dadurch von den anderen leichter identifiziert werden kann. Durch die Freundschaftsanfragen muss das Mitglied bestätigen, wer seine Aktivitäten sehen kann. Aber auch wenn das Mitglied mit einer Person nicht befreundet

ist, kann sie durch die Aktionen der anderen (Likes oder Kommentare) trotzdem deren Aktivitäten sehen. Auf der Seite einer Veranstaltung können die Mitglieder durch verschiedene Buttons (Hingehen, Vielleicht, Nicht hingehen) den anderen Mitgliedern mitteilen, ob sie zu der Veranstaltung gehen oder nicht. Dadurch kann ein gewisser Gruppenzwang entstehen, da das Mitglied sieht, dass alle seine Freunde zu dem Event gehen. Möchte das Mitglied zu einer bestimmten Gruppe gehören, z.B. der coolen Clique in der Schule, kann es sehr leicht beobachten, was die Mitglieder der Gruppe machen, da fast jeder auf Facebook ist und dies adaptieren, um sein Zugehörigkeitsgefühl zu befriedigen und vielleicht von der Gruppe offline akzeptiert zu werden. online hat das Mitglied durch die gesenkten Hemmungen und die Reduced-Social-Cues den Mut, die Mitglieder der Gruppe anzuschreiben oder Kommentare abzugeben, ohne damit rechnen zu müssen, direkt Face-to-Face ausgelacht oder beleidigt zu werden. Bekommt es dann ein positives Feedback von der Gruppe, stärkt das sein Selbstwertgefühl. Allerdings kann das Mitglied dadurch auch Kommentare abgeben, die nicht seiner eigenen Meinung entsprechen oder negativer ausfallen als dies offline der Fall sein würde. In Facebook können sehr einfach öffentliche Gruppen oder Seiten erstellt werden. Ist das Mitglied solchen Gruppen zugehörig oder auf entsprechenden Seiten aktiv, kann es von anderen ihm nicht persönlich bekannten Mitgliedern angesprochen werden und so neue Freunde oder Gleichgesinnte treffen. Dies kann positiv oder negativ ausfallen. Im Positiven kann das Mitglied so neue Kontakte aufbauen, die es positiv beeinflussen und bestärken und sein soziales Netzwerk vergrößern. Im Negativen können diese Mitglieder das Mitglied negativ beeinflussen und das kann zu Gruppenzwang führen.

Fazit: Facebook kann Gruppenzwang, der bereits offline besteht, verstärken und ‚neuen‘ Gruppenzwang fördern, da das Mitglied identifizierbar ist und so direkt mit seiner Meinung in Verbindung gebracht werden und offline Probleme erhalten kann (z.B. Zurückweisung), wenn es nicht der Meinung der Gruppe ist oder nach den Werten der Gruppe handelt.

3.2.2 Knuddels

Knuddels ist ein Online-Chatroom, der eine sehr hohe Anonymität und eine sehr geringe Identifizierbarkeit bietet. Zum Beitreten benötigt das potentielle Mitglied einen Benutzernamen, Passwort, Alter (wird nicht überprüft, muss also nicht stimmen), Geschlecht und eine E-Mail-Adresse, die ‚vertraulich‘ behandelt wird und nicht im Profil erscheint. Mehr persönliche Daten muss das Mitglied nicht angeben, es kann natürlich, muss aber nicht. Nach dem Anmelden bietet Knuddels viele verschiedene Chatrooms zur Auswahl z.B.

Movies, Flirt oder spezifischere wie Frankfurt, Berlin, Hip- Hop usw., in denen sich das Mitglied im öffentlichen Bereich mit allen Mitglieder austauschen oder sie privat anschreiben kann. Dabei können z.B. Umarmungen, Küsse oder Kuscheln ausgetauscht und verteilt werden. Durch die hohe Anonymität kann das Mitglied klar seine eigene Meinung äußern, ohne dadurch Probleme bekommen zu können oder sich der Gruppenmeinung anschließen, ohne einen Druck zu verspüren. Fühlt es sich unter Druck gesetzt, kann es den Privatchat einfach schließen oder den Gruppenchat verlassen.

Fazit: Knuddels fördert keinen Gruppenzwang, da die Anonymität sehr hoch ist und dadurch jeder seine eigene Meinung äußern kann, ohne offline mit Folgen rechnen zu müssen. Durch die verschiedenen Chats kann das Mitglied sich immer den richtigen raussuchen und einen anderen verlassen, wenn es Probleme geben sollte oder es sich unwohl fühlt.

3.2.3 Instagram

Instagram ist eine Mischung aus Facebook und Knuddels im Bereich Anonymität und Identifizierbarkeit. Für den Beitritt muss das potentielle Mitglied einen Benutzernamen und ein Passwort erstellen und eine E-Mail-Adresse angeben. Es kann optional seinen echten Namen und seine Handynummer angeben. Diese Punkte bieten eine sehr hohe Anonymität. Es kann prominenten und öffentlichen Personen einfach folgen und ihre Bilder liken oder kommentieren. Allerdings sind viele Profile von Mitgliedern, die nicht im Öffentlichen Leben stehen, privat, d.h. das Mitglied wird benachrichtigt, wenn ein anderes Mitglied ihm folgen möchte (ähnlich der Freundschaftsanfrage bei Facebook). Daher sollte das Mitglied seinen Namen angeben, um seinen offline-Freunden auch online folgen zu können und anders herum. Dadurch schwindet die Anonymität, da die anderen Mitglieder wissen, wie es heißt und so seine Meinung einer Person zuordnen können. Auf Instagram können im Gegensatz zu Facebook nur Bilder oder Videos gepostet und diese mit einem Kommentar versehen werden. Diese Bilder können dann von der andern Mitgliedern geliked und kommentiert werden. Folgt das Mitglied einem anderen Mitglied nicht, kann es auch nicht seine Aktivitäten durch Freunde verfolgen.

Fazit: Instagram fördert Gruppenzwang nur in Verbindung mit einem anderen sozialen Netzwerk oder offline, da Anonymität noch Bestand hat und das Mitglied nicht so identifizierbar ist wie auf Facebook. Besteht bereits Gruppenzwang offline, kann Instagram diesen unterstützen. Ebenfalls kann es ihn unterstützen, wenn er bereits auf z.B. Facebook, MySpace etc. besteht. ‚Neuen‘ Gruppenzwang kann Instagram nicht fördern.

3.3 Folge: Cybermobbing als virtuelle Diskriminierung

Leidet das Mitglied eines sozialen Netzwerkes unter den negativen Auswirkungen von Gruppenzwang, kann dies neben den Auswirkungen auf die eigene Identität auch Auswirkungen auf andere Mitglieder haben. Cybermobbing ist eine der schlimmsten Auswirkungen. Mit der Bekanntheit der sozialen Netzwerke ist Cybermobbing zu einem großen Thema geworden, da viele soziale Netzwerke neben der Plattform im WWW auch eine App dazu entwickelt haben, sodass das Mitglied jederzeit und überall auf sein Profil zugreifen kann.

Dr. Carolus ist ebenfalls der Ansicht, dass Cybermobbing sich zu einem großen Thema entwickelt hat und auch 90 Prozent der Befragten glauben, dass soziale Netzwerke Mobbing fördern (Abbildung 12) [Eigene Umfrage 2015, S. 14].

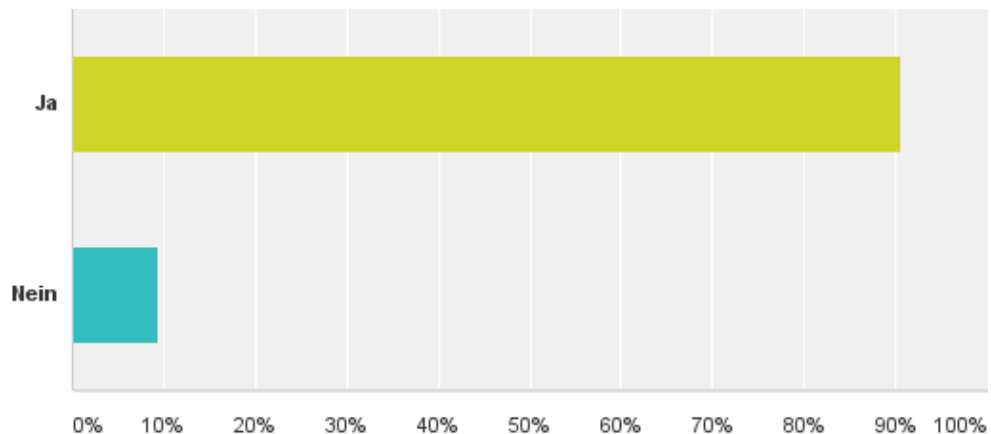


Abbildung 12: Umfrageergebnis „Glaubst du das soziale Netzwerke Mobbing gegenüber anderen Mitgliedern fördern können?“ Quelle: Eigene Darstellung

Zu den menschlichen Bedürfnissen gehört auch das Bedürfnis sich selbst in einem positiveren Licht dazustellen. Somit soll der Gruppe ein positiver Eindruck vermittelt werden. Dazu gehört auch, sich gegenüber anderen einen Vorteil zu verschaffen und dabei ist der negative Aspekt, dass eine andere Person vielleicht in negativem Licht dargestellt wird [vgl. Carolus 2015, S. 2]. Gehört das Mitglied zu einer Gruppe, in der es unter Gruppenzwang steht, und die Gruppe mobbt eine andere Person, so macht es unfreiwillig mit, da es nicht ausgestoßen werden möchte. Durch die in 3.2 erwähnte Anonymität, die es im Netz auf gewisse Weise hat und die niedrigere Hemmschwelle, Reduced-Social-Cues, fällt es dem Mitglied so einfacher, bei solchen Aktionen mitzumachen, um die Bestätigung und die Zuneigung der anderen Mitglieder weiterhin zu erhalten und nicht

selbst zum Opfer zu werden. Es kann auch das Gefühl bei den Mitgliedern erwecken, dass die Gruppengemeinschaft gestärkt wird, da alle sich beteiligen und gemeinsam agieren [vgl. Buchegger, S. 9].

Natürlich kann Cybermobbing auch von einer einzelnen Person ausgehen. In Chatrooms z.B. ist die Hemmschwelle andere zu mobben besonders niedrig, da die Anonymität sehr hoch ist. Dort kann aufgestaute Aggression sehr leicht an einer anderen Person abgeladen werden ohne, dass der Mobber zu große Angst haben muss selbst von seinem Opfer identifiziert zu werden.

Bei Jugendlichen ist die Chance, dass sich Täter und Opfer kennen, sehr hoch, da das Mobbing bereits offline anfängt und dann online weitergeführt und verschlimmert wird. Oftmals sind sich die Mobber und besonders die Mitläufer durch Gruppenzwang gar nicht der Tragweite ihrer Aktionen bewusst, da es für die Mobber nur Spaß sein kann und die Mitläufer nur an sich und ihr Ansehen in der Gruppe denken und nicht an das Opfer.

Cybermobbing kann zu gesundheitlichen, wie z.B. Kopf- oder Bauchschmerzen, und psychischen Problemen führen. Opfer können sich zurückziehen und niemanden an sich heranlassen oder sich in eine komplett andere Phantasiewelt oder ein Computerspiel zurückziehen [vgl. Buchegger, S. 19]. Der Unterschied zu Mobbing offline ist, dass das Internet nicht vergisst. Alles, was jemals gepostet wurde, egal ob Post, Bild, Video oder Kommentar, kann nicht gelöscht werden, sodass beispielsweise Bilder immer wieder auftauchen können, z.B. durch Screenshots oder einfaches Speichern auf dem PC. Dieser Unterschied kann dazu führen, dass sich online mehr Mitglieder am Mobbing beteiligen als offline. In einigen Fällen hat Cybermobbing zum Tod der Mitglieder geführt, da sie mit der psychischen Belastung nicht mehr fertig werden konnten. In den letzten Jahren häufen sich die Meldungen, in denen meist Jugendliche nach Cybermobbing Selbstmord begehen. Einige Beispiele werden in den folgenden Unterkapiteln genannt.

3.3.1 Fallbeispiele USA/Kanada

Der wohl bekannteste Fall von Selbstmord nach Cybermobbing ist der von Amanda Todd. Die 15-jährige Kanadierin brachte sich 2012 um, nachdem sie mehr als zwei Jahre on- und offline gemobbt wurde. Alles hatte angefangen, als sie unbedarft einer Internetbekanntschaft ein Oben-ohne Bild geschickt hatte. Dieser Mann schickte das Bild ihrer ganzen Schule und stellte es ins Internet. Amanda wechselte mehrmals die Schule, doch durch das Internet kannte jeder das Bild und sie konnte es nicht mehr löschen. Sie fing

mit Alkohol und Drogen an, um die Demütigungen zu ertragen. Eine Woche vor ihrem Tod erstellte sie ein Video, indem sie ihre Geschichte erzählte. Durch ihren Tod entbrannte weltweit eine große Diskussion über Cybermobbing. Doch es gibt noch viele weitere Fälle [vgl. Welt 2012].

Bereits 2006 nahm sich die 13-jährige Megan Meier das Leben. Megan kam aus dem US-Bundesstaat Missouri und hatte auf MySpace den 16-jährigen Josh kennengelernt und vergötterte ihn. Plötzlich wurde sie von Josh verlassen und er beschimpfte sie und stachelte andere an mitzumachen. Für Megan war das ein Weltuntergang, da sie als fett und hässlich usw. beschimpft wurde. Ein Jahr später kam heraus, dass Josh nicht real war, sondern eine ehemalige Freundin von Megan ihn online zusammen mit ihrer Mutter erstellt hatte. Die Freundschaft der beiden war in die Brüche gegangen und diese wollte es Megan heimzahlen [vgl. Patalong 2007].

Rehtaeh Parsons nahm sich 2013 das Leben, nachdem sie 2012 während einer Party von vier Jungs vergewaltigt und dabei fotografiert worden war. Die Jungs stellten die Bilder online, sodass sie an der Schule und in ihrem Heimatort jeder gesehen hatte. Rehtaeh wurde beschimpft und bekam Annoncen von fremden Männern, die mit ihr Sex haben wollten. Die kanadische Polizei legte den Fall schnell zu den Akten, da sie keine Schuldigen ausmachen konnte [vgl. Stephanie 2014].

Es nehmen sich allerdings nicht nur Mädchen nach Cybermobbingattacken das Leben. 2012 beendete der 14-jährige Kenneth Weishuhn sein Leben. Er war ein beliebter Schüler, bis er sich als schwul geoutet hat. Er verlor all seine Freunde und diese erstellten sogar eine schwulenfeindliche Gruppe auf Facebook [vgl. Stephanie 2014].

3.3.2 Fallbeispiele Europa

In Europa gibt es genauso viele Fälle von Selbstmord durch Cybermobbing wie in Amerika.

Der 20-jährige Tim Ribberink aus Holland nahm sich 2012 das Leben, nachdem er seit der Grundschule zuerst offline und später online im Internet gemobbt wurde. Tim war ein Außenseiter und hatte kaum Freunde in seinem Alter, da er sich von ihnen unverstanden gefühlt hatte. In seinem Abschiedsbrief schrieb er "Liebe Pap und Mam, ich wurde mein ganzes Leben lang verspottet, gemobbt, gehänselt und ausgeschlossen. Ihr seid fantastisch. Ich hoffe, dass ihr nicht böse auf mich seid. Auf Wiedersehen, Tim." [Stephanie 2014].

Hannah Smith erhängte sich mit 14 Jahren, nachdem sie auf der Onlineplattform ask.fm beleidigt und schikaniert wurde. Sie hatte auf der Seite Rat gesucht und die Gruppe hatte dies als Grund zum Mobben gesehen. Die Gruppe hat ihr sogar nahe gelegt, sich am besten das Leben zu nehmen. Am Anfang versuchte Hannah sich noch gegen die Beschimpfungen zu wehren, allerdings gab sie nach einiger Zeit auf. Aufgrund von Mobbing auf der Onlineplattform ask.fm haben sich in Großbritannien noch einige weitere Mitglieder nach Mobbingattacken das Leben genommen. Smiths Vater hat nach ihrem Tod versucht die Seite verbieten zu lassen, leider erfolglos [vgl. Mopo 2013].

Im November 2012 beendete ein 18-jähriger aus Niedersachsen sein Leben, nachdem er aus Versehen die Einladung seiner Geburtstagsfeier öffentlich machte und tausende kommen wollten. Er sagte die Feier ab und erntete somit den Hass seiner Facebook-Freunde [vgl. Botika 2013].

In Deutschland sind Selbstmorde nach Cybermobbing noch eine Ausnahme und nur sehr wenige Fälle bekannt. Allerdings nimmt die Zahl der Jugendlichen, die sich aufgrund von Cybermobbing ritzen, stetig zu.

4 Schlussbetrachtung

Das folgende und letzte Kapitel der Bachelorarbeit fasst die vorherigen Kapitel noch einmal zusammen. Des Weiteren folgt ein abschließendes Fazit und im letzten Unterkapitel noch einen Ausblick auf die Zukunft.

4.1 Zusammenfassung

Können soziale Netzwerke Gruppenzwang fördern? Das ist die Forschungsfrage. Um diese zu beantworten, hat die Verfasserin zuerst soziale Netzwerke und Gruppenzwang definiert.

Ein virtuelles soziales Netzwerk bietet den Mitgliedern die Möglichkeit sich mit Freunden, Bekannten oder Fremden online zu treffen, digital zu vernetzen und so die Kommunikation untereinander zu erleichtern. Diese Interaktion läuft über eine Plattform, auf der sich die Mitglieder anmelden und ein Profil erstellen.

Mit Gruppenzwang ist der Auslöser gemeint, weshalb eine Person ihr Verhalten oder ihre Einstellung gegenüber anderen Personen oder Gruppen verändert. Es wird eine Art Zwang auf das Individuum gelegt, durch den es seine Meinung oder sein Verhalten ändert, um sich anzupassen oder um akzeptiert zu werden. Menschen sind sozialen Wesen, daher möchten sie von anderen anerkannt und geschätzt werden. Besteht dieser Wunsch oder das Verlangen zu stark entwickelt sich Gruppenzwang.

Mit diesen gesammelten Informationen hat die Verfasserin Dr. Astrid Carolus, Medienpsychologin an der Universität Würzburg, befragt und eine Umfrage über soziale Netzwerke durchführen lassen. Soziale Netzwerke erfüllen die grundlegenden Bedürfnisse nach Zugehörigkeit, Kommunikation und Selbstdarstellung so Dr. Carolus. Des Weiteren befriedigen sie außerdem die Faszination des Neuen, des Unbekannten. Durch diese Kombination erfreuen sich soziale Netzwerke immer größerer Beliebtheit und können immer mehr Nutzer verzeichnen.

Online besteht eine andere Art von Kommunikation, da sich die Mitglieder nicht sehen. D.h., dass alle Hinweisreize, die sonst bestehen, wegfallen, Reduced-Social-Cues. Dadurch fallen Gruppenmitgliedern Gruppenprozesse einfacher, da die Reaktion nicht

direkt und Face-to-Face erfolgt und online eine gewisse Anonymität besteht. Diese Anonymität bietet eine niedrigere Identifizierbarkeit und das heißt, dass sich das Mitglied sicherer fühlt, seine eigene Meinung zu vertreten.

Bietet ein Netzwerk viel Anonymität und eine niedrige Identifizierbarkeit fördert es kaum Gruppenzwang, da das Mitglied von den anderen Mitgliedern nicht sehr leicht identifiziert und so unter Druck gesetzt werden kann. Netzwerke mit geringer Anonymität und damit einer hohen Identifizierbarkeit können Gruppenzwang fördern, da das Mitglied und seine Meinung für andere Mitglieder klar erkennbar sind. Möchte es zu einer Gruppe gehören, kann es durch Netzwerke mit geringer Anonymität die Gruppenmitglieder beobachten und deren Verhalten adaptieren, um on- und offline akzeptiert zu werden.

Die durchgeführte Umfrage hat gezeigt, dass alle Befragten im Durchschnitt in zwei Netzwerken angemeldet sind und der Hauptgrund für die Anmeldung waren die schon angemeldeten Freunde. Einige haben bereits eine Art Gruppenzwang erlebt und dadurch Aktionen durchgeführt oder an Challenges teilgenommen (z.B. Ice Bucket Challenge) nur, weil ihre Freunde diese auch durchgeführt haben. Diese Art von Gruppenzwang kann je nach Persönlichkeit der Person positiv oder negativ für sie sein.

4.2 Fazit

Können soziale Netzwerke als Instrument zur Förderung von Gruppenzwang dienen? Diese Frage lässt sich nicht mit einem klaren Ja oder Nein beantworten, da es inzwischen eine so große Anzahl an unterschiedlichen sozialen Netzwerken gibt.

Aufgrund der geringen Anonymität kann Facebook Gruppenzwang fördern. Viele Facebook Nutzer wirken inzwischen fast gläsern, da sie so viele private Informationen auf ihrem Profil haben und alles, was in ihrem Leben passiert, posten. Nichts ist für sie mehr privat, sondern alles muss direkt mit der ganzen Welt geteilt werden. Dadurch können das Mitglied und seine Meinung von jedem identifiziert und in Verbindung gebracht werden. Facebook befriedigt die von Dr. Carolus angesprochenen Bedürfnisse sehr gut und bietet daher die ideale Plattform für das Mitglied, von anderen negativ beeinflusst zu werden. Besonders, wenn für das Mitglied bereits offline Gruppenzwang besteht, kann Facebook diesen verstärken.

Soziale Netzwerke wie Instagram bieten mehr Anonymität und eine geringere Identifizierbarkeit als Facebook und können daher Gruppenzwang nicht alleine fördern. Allerdings können sie zur Förderung genutzt werden, wenn Gruppenzwang bereits offline oder auf anderen Netzwerken besteht. Instagram wird immer beliebter und viele Facebook-Nutzer besitzen auch einen Instagram Account. Dadurch kann eine Zusammenarbeit zwischen diesen beiden Netzwerken entstehen und sie können zusammen Gruppenzwang verstärken.

Chatrooms fördern keinen oder nur kaum Gruppenzwang. In einem Chatroom kennt keiner den echten Namen des Mitglieds, außer es möchte dies. Durch diese Anonymität kann es über Dinge sprechen, die es offline vielleicht nicht Face-to-Face mit einer anderen Person besprechen würde und seine Meinung frei äußern, ohne dafür verurteilt zu werden. Natürlich kann jemand versuchen das Mitglied in einem Chat negativ zu beeinflussen, aber erfolgreich ist er damit eher selten.

Abschließend lässt sich sagen, dass soziale Netzwerke sehr wohl als Instrument zur Förderung von Gruppenzwang dienen können. Aber nicht jedes Netzwerk fördert ihn gleichermaßen stark. Festzuhalten ist, dass Gruppenzwang online eher erfolgreich ist, da mehr Gruppenmitglieder angesprochen werden können und es aufgrund der Anonymität für einzelne Gruppenmitglieder leichter ist, diesem Zwang nachzugeben. Hierzu ist noch anzumerken, dass ein Netzwerk Gruppenzwang umso mehr fördert, je weniger Anonymität gewährleistet ist. In einigen Ausnahmefällen können auch Netzwerke mit hoher Anonymität Gruppenzwang fördern, allerdings gehört dazu eine Menge Überzeugungsarbeit. Die beiden größten Auswirkungen von Gruppenzwang sind einerseits der Verlust der eigenen Identität und andererseits die Mithilfe bei Cybermobbing. Letzteres kann, unter besonders tragischen Umständen, zum Tod des Opfers führen.

4.3 Ausblick in die Zukunft

Das zweite Kapitel hat gezeigt, wie beliebt soziale Netzwerke sind. Diese Beliebtheit wird, laut Statista, stetig zunehmen. Es werden immer mehr Menschen Accounts erstellen um global vernetzt zu sein und sich online mit ihren Freunden auszutauschen (Abbildung 12). Die Abbildung zeigt, dass der Trend der sozialen Netzwerke stetig zunimmt.

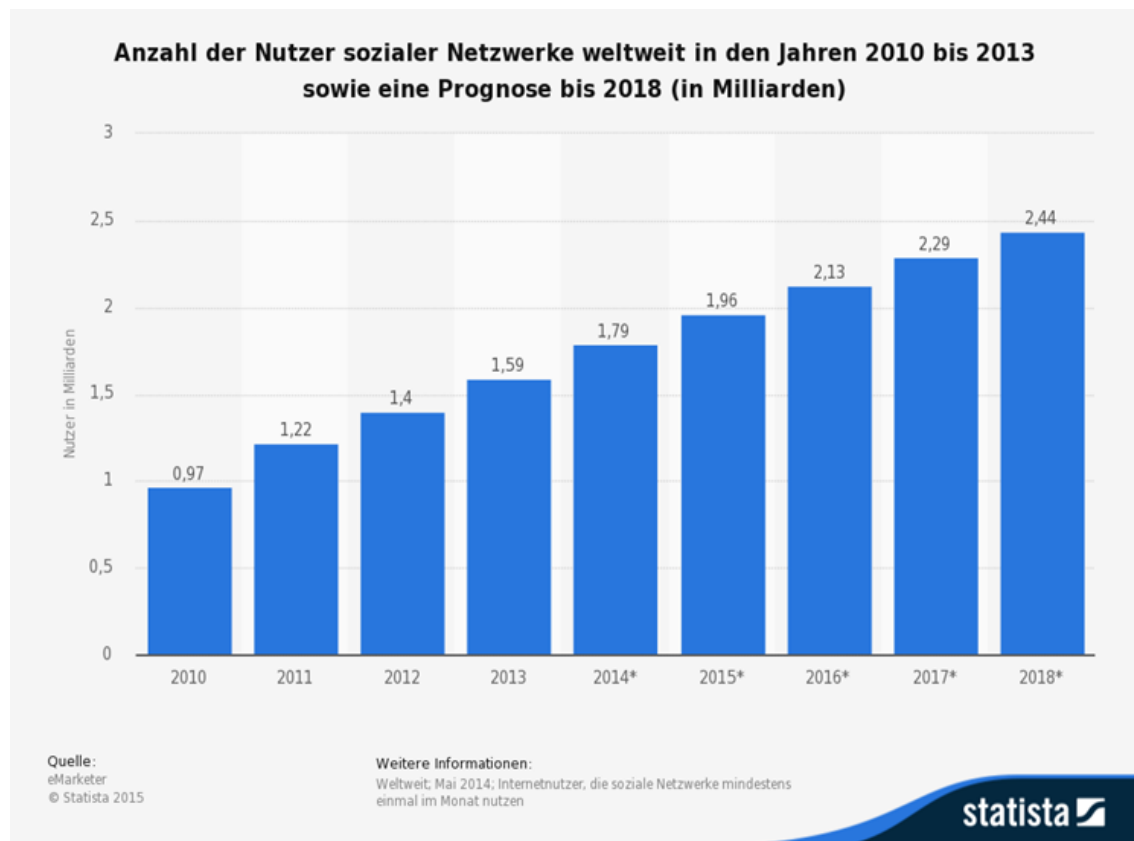


Abbildung 13: Prognose zur Anzahl der Nutzer sozialer Netzwerke weltweit bis 2018, Quelle: Statista.de

Fast alle sozialen Netzwerke haben inzwischen eine mobile App für ihre Online-Plattform entwickelt, mit der die Mitglieder auch mobile Zugang zu ihren Accounts haben. Das heißt, die Anzahl der Social Media Accounts (Abbildung 13), genauso wie die Anzahl der Smartphonebesitzer steigt stetig an [vgl. Statista5 2015].

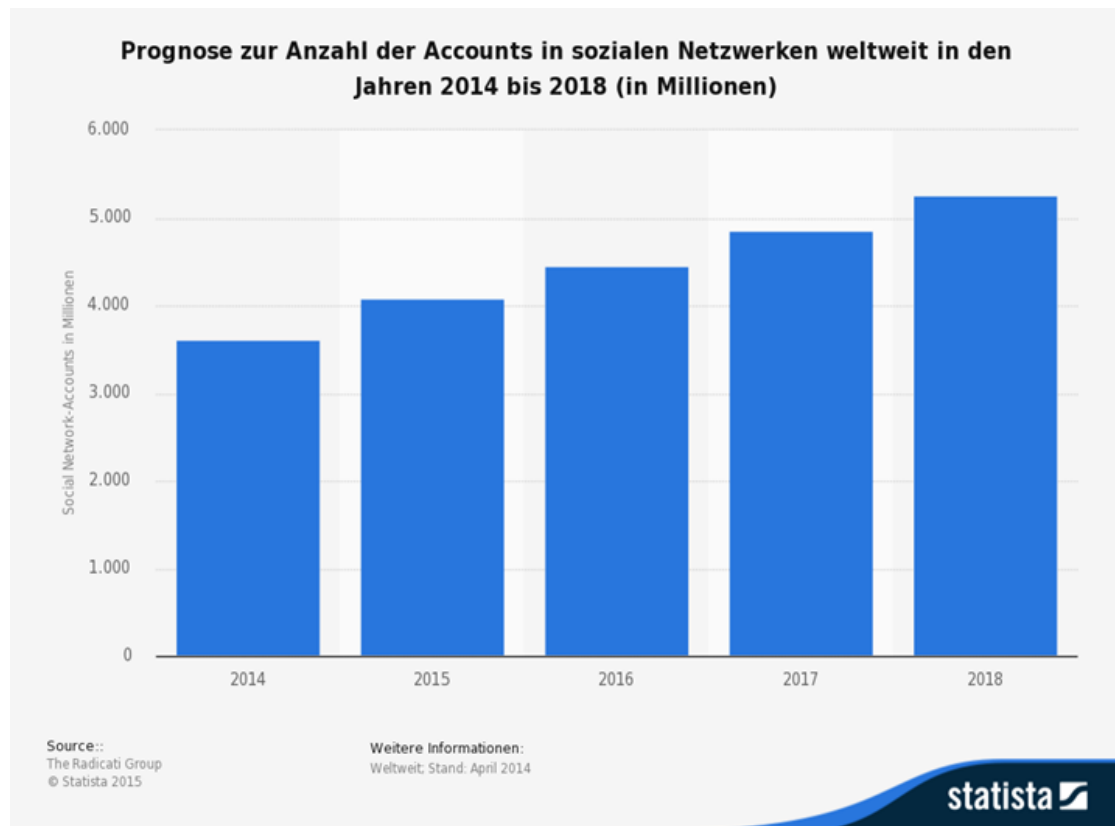


Abbildung 14: Prognose zur Anzahl der Accounts in sozialen Netzwerken weltweit Quelle: Statista.de

Durch den Anstieg dieser drei Komponenten wird auch der Gruppenzwang von ihnen weiterhin gefördert werden, da dieser auch weiterhin Offline bestehen wird. Die Smartphonebesitzer werden immer jünger und bekommen inzwischen bereits sehr früh von ihren Eltern ein Handy. Dadurch haben sie immer früher Kontakt mit sozialen Netzwerken (Eigene Beobachtungen). Im Teenageralter ist das Selbstbewusstsein noch nicht so ausgeprägt und sie lassen sich einfacher von Gruppen beeinflussen. Das wird auch dazu führen, dass Cybermobbing weiterhin ein großes Thema bleibt.

Literaturverzeichnis

Abbildung 5: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/168206/umfrage/einschaetzungen-von-gefahren-im-internet-durch-jugendliche/> (16.11.2015)

Abbildung 6: <http://www.topfox.ch/2008/10/23/von-maslow-bis-zur-quangelware/> (16.11.2015)

Abbildung 7: http://f.tqn.com/y/psychology/1/S/6/7/Asch_experiment.png (03.11.2015)

Abbildung 11: <http://www.ifunny.com/pictures/what-you-write-your-face-when-you-write-it/> (01.11.2015)

Abbildung 13: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/219903/umfrage/prognose-zur-anzahl-der-weltweiten-nutzer-sozialer-netzwerke/> (27.11.2015)

Abbildung 14: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/279892/umfrage/anzahl-der-accounts-in-sozialen-netzwerken-weltweit/> (27.11.2015)

Banse, Philip (2014): Selbstinszenierung im Netz kennt keine Grenzen URL: http://www.deutschlandradiokultur.de/trend-selbstinszenierung-im-netz-kennt-keine-grenzen.954.de.html?dram:article_id=278165 (11.11.2015)

Bitcom (2011): Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet. URL: <https://www.bitkom.org/Publikationen/2011/Studie/Studie-Soziale-Netzwerke/BITKOM-Publikation-Soziale-Netzwerke.pdf> (10.11.2015)

Botika, Melania (2013): Ein Klick kann Opfer in den Suizid treiben. URL: http://www.focus.de/familie/mobbing/mobbing-auf-facebook-ein-klick-kann-opfer-in-den-suizid-treiben_id_2244488.html (10.12.2015)

Buchegger, Barbara: Aktiv gegen Cyber-Mobbing. Vorbeugen, Erkennen, Handeln URL: https://www.saferinternet.at/uploads/tx_simaterials/Aktiv_gegen_Cyber_Mobbing.pdf (11.11.2015)

Carolus, Dr. Astrid (2015): Interview mit der Verfasserin. Vollständig im Anhang (Anhang 1)

Christakis, Nicholas A./Fowler, James H. (2010): Connected! Die Macht sozialer Netzwerke und warum Glück ansteckend ist. Frankfurt am Main, S. Fischer Verlag

Diewald, Martin (1991): Soziale Beziehungen. Verlust oder Liberalisierung? Berlin

Ebert, Falk (2011): Sehr deutlicher Gruppenzwang. Interview mit einem Facebook-Verweigerer URL: <http://www.gefahrgutblog.de/2011/10/31/sehr-deutlicher-gruppenzwang-interview-mit-einem-facebook-verweigerer/> (01.12.2015)

Eigene Umfrage (2015): Umfrage ‚soziale Netzwerke‘ durchgeführt mit SurveyMonkey, Vollständig im Anhang (Anhang 2)

Entwicklung sozialer Netzwerke (2010): Definition von sozialen Netzwerken. URL: <http://www.informatik.uni-oldenburg.de/~iug10/sn/html/content/definition.html> (11.11.2015)

Frau Nett (2012): Facebook und warum ich unter Gruppenzwang leide. URL: <https://nebendenzeilen.wordpress.com/2012/01/22/facebook-und-warum-ich-unter-gruppenzwang-leide/> (01.12.2015)

Gabler Wirtschaftslexikon (2009): Soziales Netzwerk. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1020869/soziales-netzwerk-v5.html> (10.11.2015)

Graf, Falko (2007): Was ist Mobbing? URL: <http://www.psychokrieg.de/> (14.12.2015)

Gründerszene (2015): Social Network. Was ist ein Social Network? URL: <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/social-network> (10.11.2015)

Häusler, Sascha (2009): Soziale Netzwerke im Internet. Entwicklung, Formen und Potential zu kommerzieller Nutzung. Saarbrücken, VDM Verlag Dr. Müller

HeroicImaginationTV (2012): Asch Conformity Experiment URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NyDDyT1IDhA> (10.12.2015)

Hofert, Svenja (2014): Mach(t) mit! Von den positiven und negativen Wirkungen des Gruppenzwangs URL: <http://karriereblog.svenja-hofert.de/2014/05/gruppenzwang-kuschen-und-kuscheln-bei-der-teamarbeit/> (21.11.2015)

Hoffmann, Kerstin (2014): Was genau ist eigentlich ein „soziales Netzwerk“? URL: <http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2014/02/24/soziales-netzwerk-definition-begriffsklaerung/> (11.11.2015)

Hoge, Dr. Ulrike: Soziale Netzwerke. Möglichkeiten, Grenzen und Risiken URL: http://www.sicherheit.de/1032/files/201409031221422012121014543520121204222807WS_9_Soziale_Netzwerke_Hoqe_291112.pdf (11.11.2015)

Katerna, Sylvia/Schmidt, Sarah (2011): Soziale Netzwerke. URL: <http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/soziale-netzwerke.pdf> (12.11.2015)

Keupp, Heiner (1987): Soziale Netzwerke – eine Metapher des gesellschaftlichen Umbruchs? In: Keupp, Heiner/Röhrle, Bernd (Hrsg.): Soziale Netzwerke. Frankfurt (M.)/New York, S. 11-53

Keupp, Heiner/Röhrle, Bernd (1987): Soziale Netzwerke. Frankfurt (M.)/New York

Kimmerle, J. (2015): SIDE-Modell. In: Wirtz, M.A. (Hrsg.): Dorsch. Lexikon der Psychologie URL: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/side-modell/> (01.12.2015)

Kimmerle 1, J. (2015): Reduced-Social-Cues-Ansatz. In: Wirtz, M.A. (Hrsg.): Dorsch. Lexikon der Psychologie URL: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/reduced-social-cues-ansatz/> (01.12.2015)

Kögel, Annette (2013): Jedes Jahr nehmen sich 600 Jugendliche das Leben. URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/vor-dem-suizid-beschuetzen-jedes-jahr-nehmen-sich-600-jugendliche-das-leben/8741862.html> (10.11.2015)

Kuphal, Anna (2009): Cybermobbing. Soziale Netzwerke und ihre Vor- und Nachteile. Magdeburg GRIN Verlag URL: <http://www.grin.com/de/e-book/148213/cybermobbing-soziale-netzwerke-und-ihre-vor-und-nachteile> (16.11.2015)

Lindgren, Henry Clay (1973): Einführung in die Sozialpsychologie. Weinheim Beltz Verlag

Mai, Jochen (2015): Konformität. Wie Gruppenzwang wirkt. URL: <http://karrierebibel.de/konformitaet/> (11.11.2015)

Maslow, Abraham (1943): A Theory of Human Motivation. In: Psychological Review, Ausgabe 50, S. 370 – 396 URL: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm> (10.12.2015)

Maslow 1, Abraham (2013): Bedürfnispyramide. URL: <http://www.abraham-maslow.de/beduerfnispyramide.shtml> (10.12.2015)

McDavid, John W./Harari, Herbert (1968): Social Psychology. Individuals, Groups, Societies. New York Harper & Row

Mopo (2013): Selbstmord-Drama. 14-Jährige erhängt sich wegen Cybermobbing. URL: <http://www.mopo.de/news/selbstmord-drama-14-jaehrige-erhaengt-sich-wegen-cyber-mobbing-5548908> (10.12.2015)

Olmsted, Michael S. (1959): The Small Group. New York

Online Lexikon für Psychologie (2015): Zwang. URL: <http://lexikon.stangl.eu/6643/zwang/> (10.12.2015)

P.I.A. (2012): Lieber schade ich mir, als dass ich anders bin. URL: <http://psychologieimalltag.com/2012/02/12/lieber-schade-ich-mir-als-dass-ich-anders-bin-ueber-den-konformitaetsdruck/> (10.11.2015)

Patalong, Frank (2007): Cyber-Mobbing. Tod eines Teenagers URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/cyber-mobbing-tod-eines-teenagers-a-518042.html> (16.11.2015)

Peer Pressure: Gruppendynamik: Dependenz URL: <http://www.peerpressure.de/die-gruppe/gruppendynamik-dependenz/> (26.10.2015)

Sader, Manfred (1998): Psychologie der Gruppe. 6. Überarbeitete Auflage. Weinheim, München: Juventa Verlag

Schwarz, Norbert/Bless, Herbert/Bohner, Gerd (1991): Mood and Persuasion. Affective states influence the processing of persuasive communications. In: Academic Press Inc. (Hrsg.) Advances in Experimental Social Psychology. Volume 24. San Diego, S.161-199

Sensmeier, Phillippine (2012): Das Fähnlein im Wind: Gruppenzwang. URL: <http://uni.de/redaktion/gruppenzwang> (16.11.2015)

Statista1 (2015): Die Top 10 Online Communitys in Deutschland (Abbildung 1) URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/182885/umfrage/top-10-online-communitys-in-deutschland/> (25.11.2015)

Statista2 (2015): Die weltweit größten social Networks nach Zahlen der User (Abbildung 2) URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/> (25.11.2015)

Statista3 (2015): Altersverteilung der Nutzer von social Networks nach Plattform (Abbildung 4) URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/408006/umfrage/altersverteilung-der-nutzer-von-social-networks-nach-plattform/> (25.11.2015)

Statista4 (2015): Durchschnittliche Anzahl von Facebook Freunden in den USA nach Altersgruppe URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/325772/umfrage/durchschnittliche-anzahl-von-facebook-freunden-in-den-usa-nach-altersgruppe/> (25.11.2015)

Statista5 (2015): Prognose zur Anzahl der Smartphone Nutzer weltweit URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/309656/umfrage/prognose-zur-anzahl-der-smartphone-nutzer-weltweit/> (27.11.2015)

Stephanie (2014): Cybermobbing. Die 5 schlimmsten Fälle URL: <http://www.bravo.de/girl/cybermobbing-die-5-schlimmsten-faelle-316555.html> (15.11.2015)

Uni Würzburg (2002): Zusammenfassung der wichtigsten Experimente aus „Social Psychology“ von Aronson, Wilson & Akert (3. Auflage) URL: http://www.psychologie.uni-wuerzburg.de/fips/skripten/neu/grund/sozial/alt/Aronson-Exp_ks_sose2002.doc.pdf (10.12.2015)

Welt (2012): Der stumme Hilferuf der Amanda Todd. URL: <http://www.welt.de/vermischtes/article110103789/Der-stumme-Hilferuf-der-Amanda-Todd-15.html> (21.11.2015)

Anlagen

Anlage 1: Interview mit Dr. Astrid Carolus

Anlage 2: Umfrage ‚Soziale Netzwerke‘ durchgeführt mit SurveyMonkey

Anlage 1: Interview mit Dr. Astrid Carolus

Interview mit der **Medienpsychologin Dr. Astrid Carolus**. Dr. Carolus ist an der Universität Würzburg tätig und Projektleiterin der Kooperation ‚Cyberpsychologie‘ mit dem Kaspersky Lab Europe zu den Themen „online behavior, online safety und online radicalization“.

1. Mona Dennewill: Soziale Netzwerke sind inzwischen eine totale Selbstverständlichkeit geworden. Was fasziniert die Menschen so daran?

Astrid Carolus: Breite, breite Frage. Also wenn ich als Medienpsychologin drauf schaue, dann kann ich sagen, dass soziale Netzwerke eins schaffen und zwar, die grundlegenden menschlichen Bedürfnisse zu erfüllen. Als Menschen sind wir soziale Wesen und entsprechend haben wir beispielsweise ein Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Affiliation, und soziale Netzwerke ermöglichen genau das. Wir sind wortwörtlich Teil eines Netzwerkes, wir dokumentieren, dass wir sozial eingebunden sind, was unser Bedürfnis nach Zugehörigkeit bedient. Des Weiteren ebenfalls in diesem sozialen Kontext haben wir ein Bedürfnis nach Kommunikation, das wird bedient. Wir haben ein Bedürfnis nach Selbstdarstellung, was bedient wird. Wir haben ein Bedürfnis, mit unseren engen Menschen sozusagen so einfach wie auch im echten Leben in Kontakt zu sein. Und das funktioniert ganz wunderbar über soziale Netzwerke. Also eine gute Passung zwischen der Technologie und den menschlichen Needs, die da erfüllt werden.

2. M.D.: Können wir dadurch immer einsamer werden, wenn wir unser Leben nur auf soziale Netzwerke beschränken, wenn unsere Kontakte nur noch darüber bestehen?

A.C.: Kommt ganz darauf an, wie Sie einsam definieren. Wenn Sie sagen, einsam heißt, keinen Kontakt mehr mit Menschen haben, dann würde ich sagen Nein. Weil, wir hätten ja Kontakt mit Menschen. Da müssen wir gut überlegen, bevor wir solche Aussagen treffen, wie operationalisieren wir einsam, wie wollen wir das messen und dann kann man das tun. Dann kann man schauen, ob die Menschen sich einsamer fühlen, ob Menschen einsamer sind. Das ist nochmal eine andere Geschichte, da müssten wir uns eine Messung überlegen, die unab-

hängig von Selbstauskünften ist. Also um so eine Hypothese zu bestätigen, bestätigen zu können, würden wir sagen, ok, dann lass uns empirische Daten sammeln und dann gucken wir mal'.

3. M.D.: Glauben Sie das Cybermobbing ein großes Thema geworden ist, durch die sozialen Netzwerke?

A.C.: Ja!

4. M.D.: Warum?

A.C.: Ja es ist ein großes Thema geworden. Ich meine, so wie ich in der ersten längeren Antwort ausformuliert habe, welche menschlichen Bedürfnisse befriedigt werden, dann scheint es ein menschliches Bedürfnis zu sein, beispielsweise sich selbst in einem positiven Licht da stehen zu lassen. Die andere Seite der Medaille ist, andere vielleicht in einem negativeren Licht da stehen zu lassen und sich selbst einen Vorteil auf Kosten von anderen zu verschaffen. Wir haben da auch Gruppenprozesse, Ingroup und Outgroup, dass wir Ihnen etwas sagen, aus der Sozialpsychologie, die dort natürlich bedient werden und das führt dazu, dass das Verhalten, was wir Offline auch haben, nämlich Mobbing, auch dort (Online, Anm. d. Verf.) stattfindet, das kann man ja sehr gut beobachten.

5. M.D.: Der Mobber an sich versucht, sich selbst interessanter zu machen, in dem er den Fokus auf sich selbst rückt und den Gemobbten als Schwächeren darstellt. Die ganzen Unterstützer, die sich ihm anschließen, wollen ein bisschen von dem Glanz von ihm abbekommen, den er als Anerkennung erhält. Würden Sie das so unterstützen?

A.C.: Das Ding ist, ich weiß jetzt nicht, worauf Sie hinauswollen, weil es gibt Tonnenn von Studien zu Online-Mobbing, wo das alles nochmal in der Vielfältigkeit, die solche Prozesse auch haben, erläutert ist. Also es gibt verschiedenste Gründe, warum Menschen Mobben. Mobbing muss erstmal genau definiert werden. Was ist das für ein Wort, was heißt das überhaupt, wann ist Mobbing gegeben? Wir haben da in der Organisationspsychologie Definitionen, dass über ein halbes Jahr gewisse Handlungen erfolgen müssen. Da wäre ich ein bisschen differenzierter. Ja, was Sie skizzieren ist eine Möglichkeit, eine Form von Cybermobbing zu charakterisieren, aber ich würde sagen, das ist eine Möglichkeit. Sie

haben absolut recht, es gibt einen Täter, es gibt Mittäter, es gibt ein Opfer, es gibt vielleicht stille Beobachter. Genauso wie wir das Face-to-Face in der Offline-welt auch haben, nur, dass es medial vermittelt ist und dadurch das Medium, ich sag mal, gewisse andere technische Möglichkeiten und Unmöglichkeiten hat. Aber jetzt Mobbing auf so eine Konstruktion herunterzusetzen, wäre der Forschungslage nicht gerecht.

6. M.D.: Glauben Sie, dass soziale Netzwerke Gruppenzwang fördern?

A.C.: Wie definieren Sie Gruppenzwang?

M.D.: Gruppenzwang in dem Sinne, dass ich sehe, dass meine Freunde oder Menschen, die ich für ‚cool‘ halte etwas machen und ich dies dann auch mache, weil ich auch ‚cool‘ sein möchte. Gruppenzwang im negativen Sinn.

A.C.: Also, wir kennen aus der Sozialpsychologie verschiedenste Formen von Gruppenverhalten, von Gruppenphänomenen, von Phänomenen, wie Einzelpersonen sich in einer Gruppe verhalten. Kennen Sie die Forschung von Asch?

M.D.: Ja.

A.C.: Gut, wenn wir davon mal ausgehen, dass es so etwas gibt wie Ingroup und Outgroup, dann würde ich sagen, also dann sagt die Forschung, weniger ich, ja das haben wir auch online. Wir haben online eine andere Form von Kommunikation, einfach deswegen, weil wir uns online nicht sehen. Kurz gesagt fallen ganz viele soziale Hinweisreize, die wir sonst haben, weg. Wir sehen unser Gegenüber nicht, wir sehen seine Mimik nicht, wir sehen aber auch nicht wie alt er ist, welches Geschlecht er hat, usw. Das nennen wir reduzierte soziale Hinweisreize, Reduced-Social-Cues. Wenn wir jetzt die Gruppenphänomene nehmen und dieses Phänomen der Reduced-Social-Cues, kommen wir zu einer Situation, dass Gruppenprozesse und Zustände im Netz einfacher erfolgen. Die Theorie dazu heißt SIDE-Modell (social identity model of deindividuation effects - Modell der sozialen Identität und Deindividuation, Anm. d. Verf.). Es geht dabei um die soziale Deindividuation, das klingt jetzt alles ein bisschen kompliziert, aber was heißt es? Es heißt, wenn ich alleine vor meinem Rechner sitze, habe ich ein Gefühl von Anonymität, weil Reduced-Social-Cues, ich sehe ja die anderen nicht und habe das Gefühl, die anderen sehen mich ja auch nicht. Stimmt ja auch. Das führt nun dazu, dass ich eher in dieser Asch-Forschung, also in das Phänomen

der Ingroup und Outgroup hineingerate und das wiederum führt zu, was Sie jetzt sagen, Gruppenzwang, man könnte sagen, ja, da werden Prozesse, Gruppenprozesse, die wir auch aus allen anderen sozialen Situationen also auch Offline kennen, eventuell erleichtert.

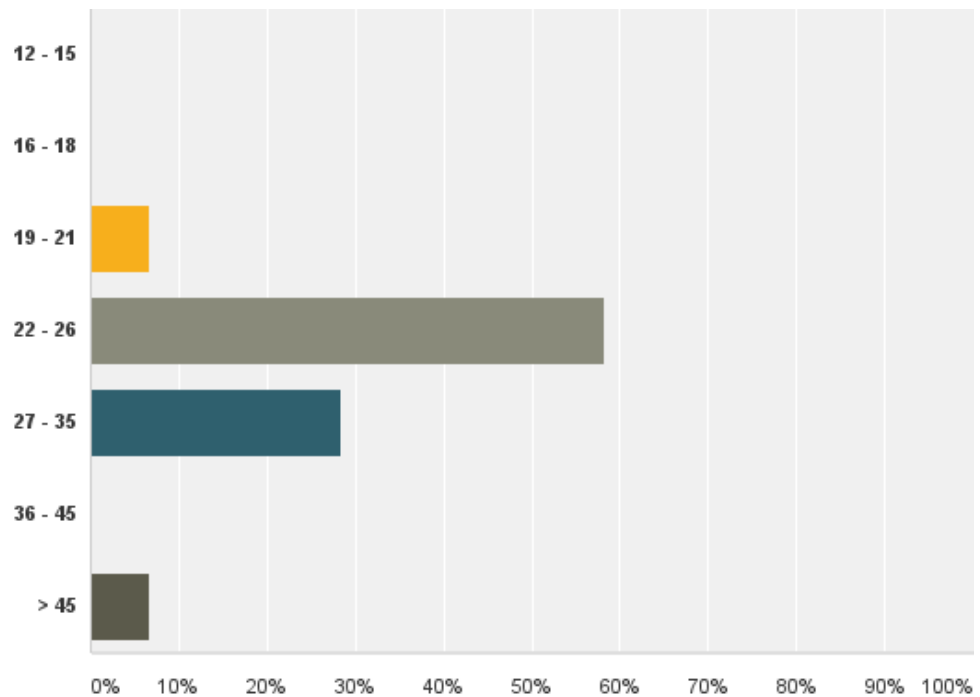
M.D.: Vielen Dank für das Gespräch.

Anlage 2: Umfrage ‚Soziale Netzwerke‘

Die Umfrage wurde am 11. November 2015 auf SurveyMonkey erstellt. Insgesamt gab es 60 Teilnehmer wovon 53 keine Fragen übersprungen haben.

Frage 1: Wie alt bist du?

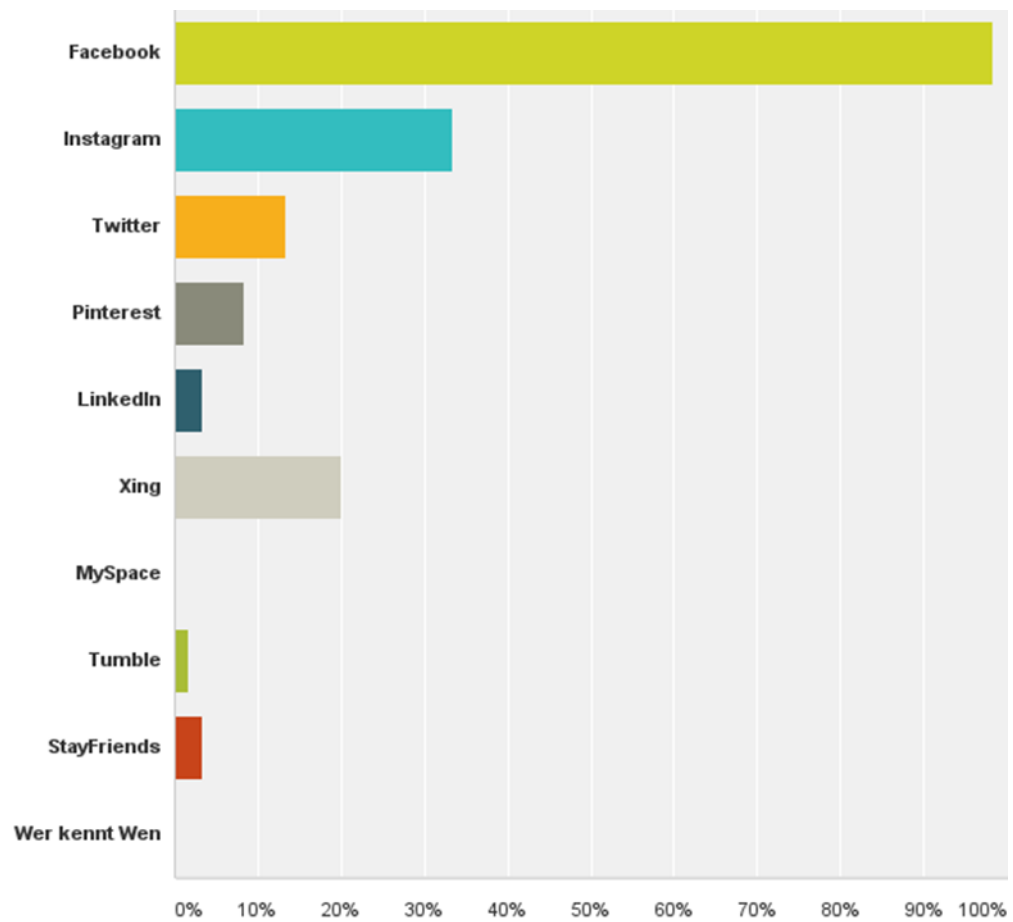
Anzahl der Antworten: 60 Die Frage wurde von 0 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses
12 - 15	0.00% 0
16 - 18	0.00% 0
19 - 21	6.67% 4
22 - 26	58.33% 35
27 - 35	28.33% 17
36 - 45	0.00% 0
> 45	6.67% 4
Total	60

Frage 2: In welchen sozialen Netzwerken bist du aktiv?

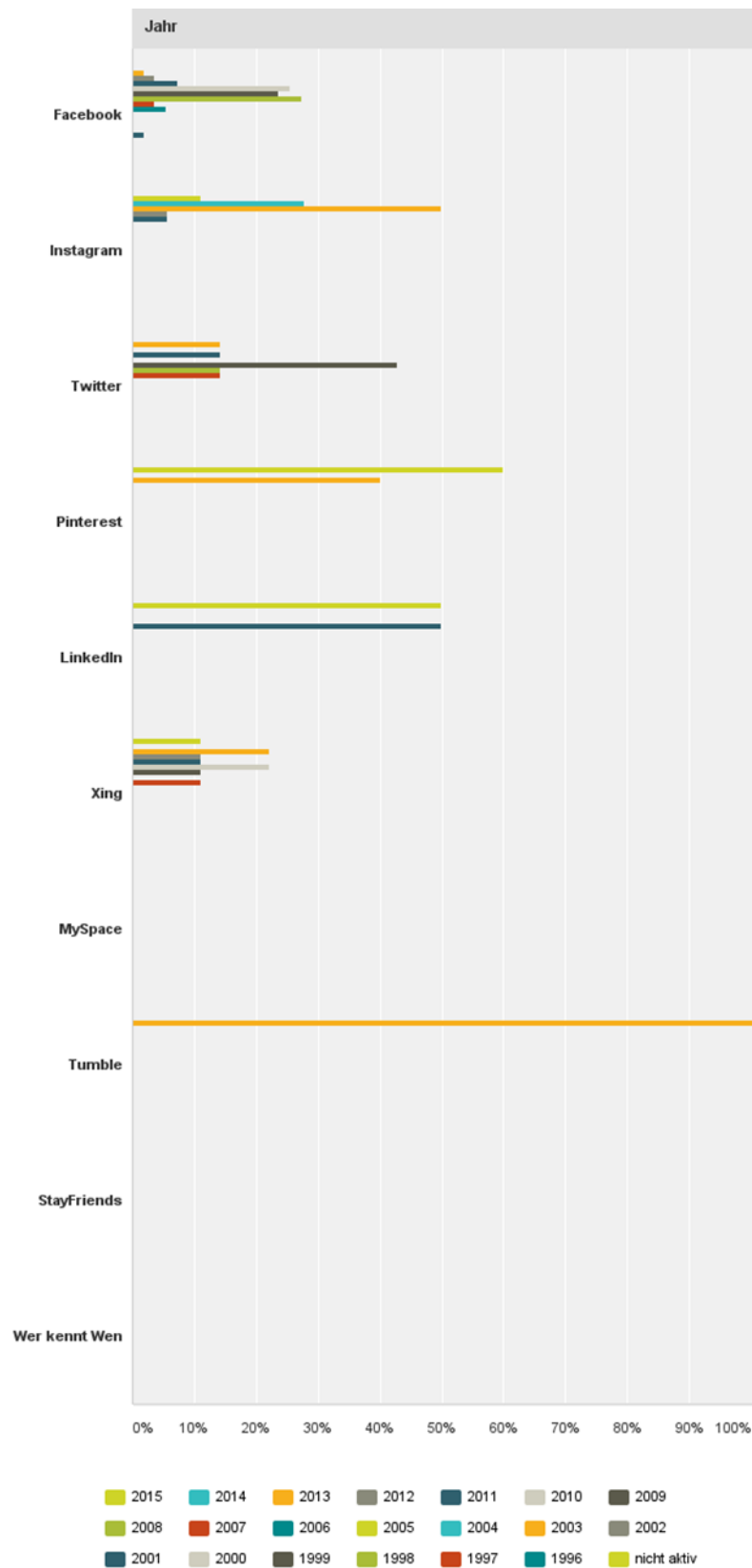
Anzahl der Antworten: 60 Die Frage wurde von 0 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses
Facebook	98.33% 59
Instagram	33.33% 20
Twitter	13.33% 8
Pinterest	8.33% 5
LinkedIn	3.33% 2
Xing	20.00% 12
MySpace	0.00% 0
Tumblr	1.67% 1
StayFriends	3.33% 2
Wer kennt Wen	0.00% 0
Total Respondents: 60	

Frage 3: **Seit wann bist du in deinen sozialen Netzwerken aktiv?**

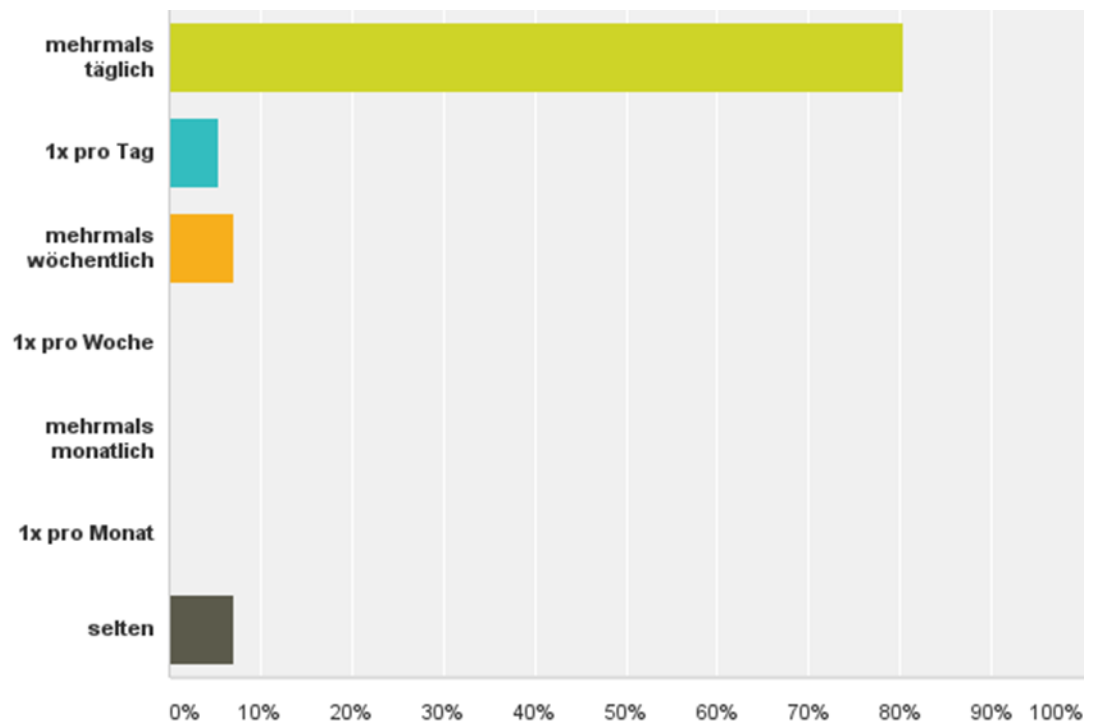
Anzahl der Antworten: 56 Die Frage wurde von 4 Teilnehmern übersprungen.



[illegible]

Frage 4: Wie oft nutzt du deine sozialen Netzwerke?

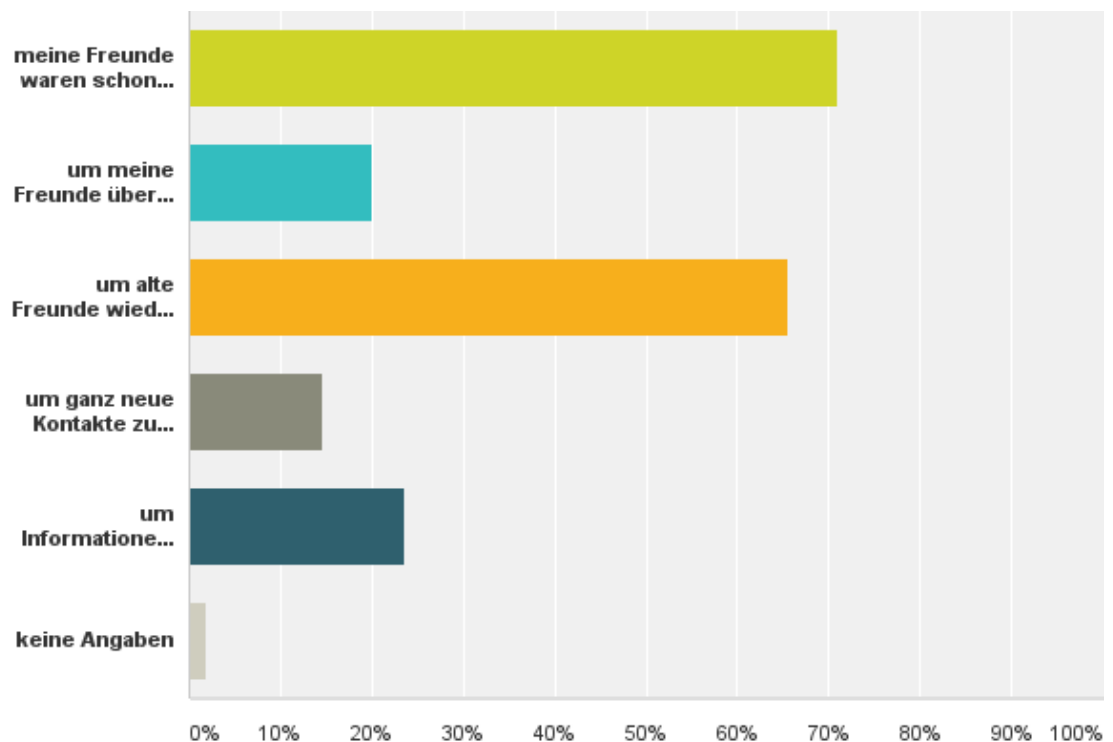
Anzahl der Antworten: 56 Die Frage wurde von 4 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
mehrmals täglich	80.36%	45
1x pro Tag	5.36%	3
mehrmals wöchentlich	7.14%	4
1x pro Woche	0.00%	0
mehrmals monatlich	0.00%	0
1x pro Monat	0.00%	0
selten	7.14%	4
Total		56

Frage 5: **Warum bist du Mitglied in deinen sozialen Netzwerken geworden?**

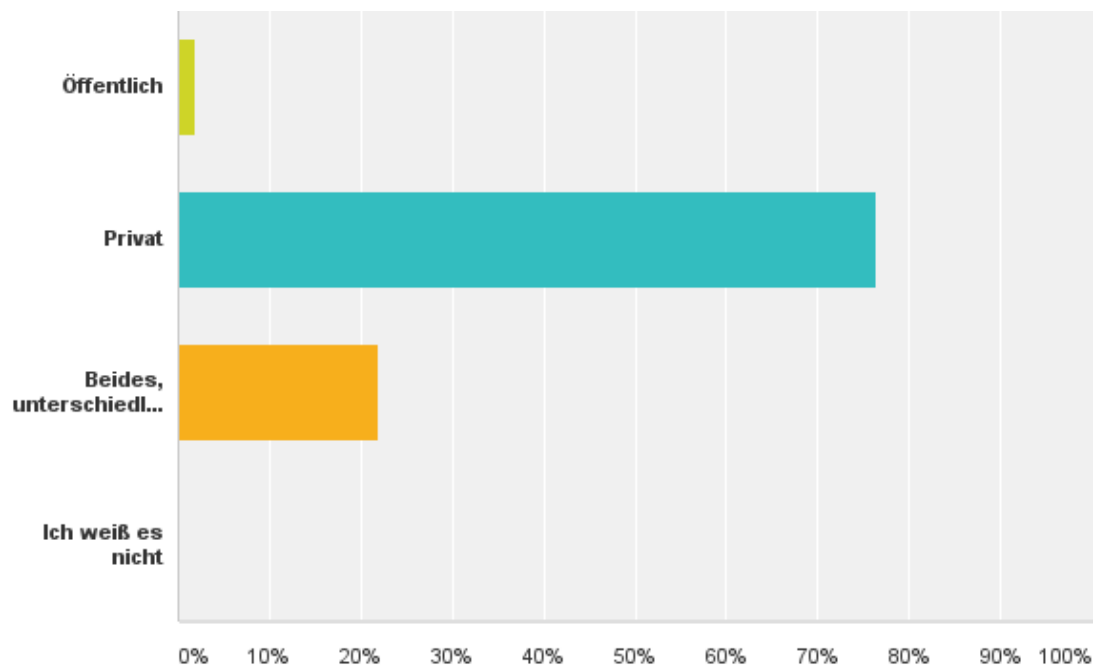
Anzahl der Antworten: 55 Die Frage wurde von 5 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
meine Freunde waren schon angemeldet	70.91%	39
um meine Freunde über meine Aktivitäten zu informieren	20.00%	11
um alte Freunde wieder zu kontaktieren und mit neuen Freunden in Kontakt zu bleiben	65.45%	36
um ganz neue Kontakte zu knüpfen	14.55%	8
um Informationen oder Einladungen zu Veranstaltungen zu erhalten	23.64%	13
keine Angaben	1.82%	1
Total Respondents: 55		

Frage 6: Wie ist dein Profil z.B. auf Facebook aufgebaut?

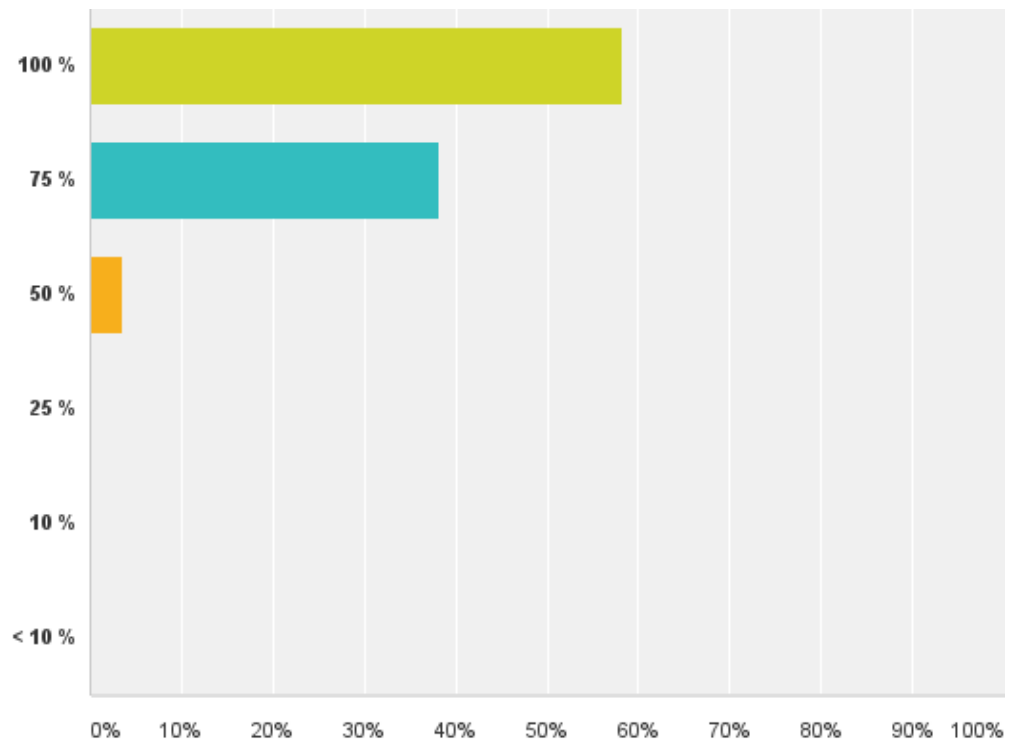
Anzahl der Antworten: 55 Die Frage wurde von 5 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Öffentlich	1.82%	1
Privat	76.36%	42
Beides, unterschiedlich je nach Netzwerk	21.82%	12
Ich weiß es nicht	0.00%	0
Total		55

Frage 7: Wieviel Prozent deiner Freunde in deinen Freundeslisten kennst du persönlich (ungefähr)?

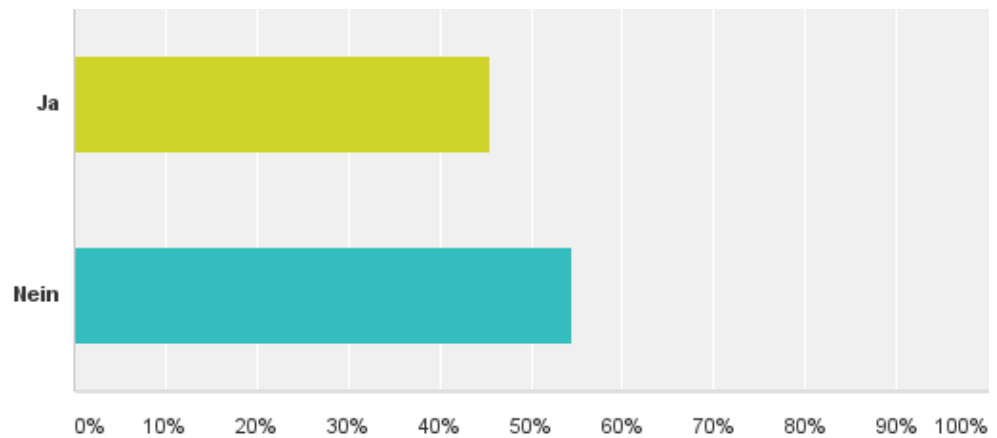
Anzahl der Antworten: 55 Die Frage wurde von 5 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses
100 %	58.18% 32
75 %	38.18% 21
50 %	3.64% 2
25 %	0.00% 0
10 %	0.00% 0
< 10 %	0.00% 0
Total	55

Frage 8: **Hast du dich schon einmal dazu entschlossen eine Aktion durchzuführen, z.B. auf eine Party zu gehen, nur weil deine Freunde diese auch durchführen?**

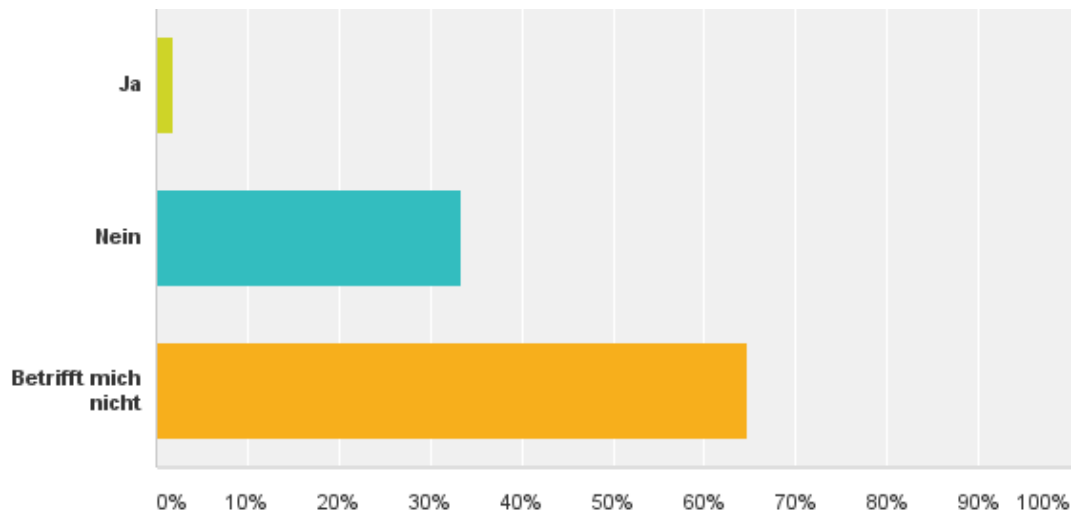
Anzahl der Antworten: 55 Die Frage wurde von 5 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Ja	45.45%	25
Nein	54.55%	30
Total		55

Frage 9: **Wenn Ja bei der vorherigen Frage: Hast du dich dazu "gezwungen" gefühlt, weil deine Freunde diese Aktion auch durchführen (Wenn Nein bei der vorherigen Frage "Betrifft mich nicht" anklicken)?**

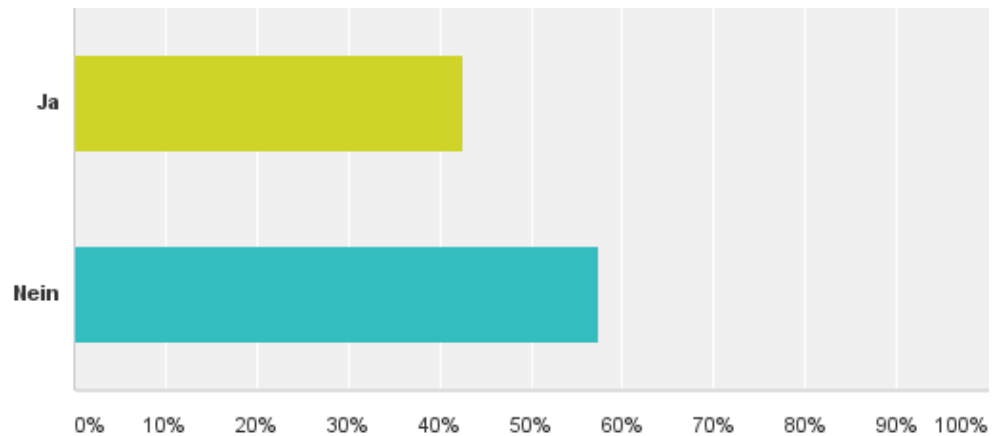
Anzahl der Antworten: 54 Die Frage wurde von 6 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Ja	1.85%	1
Nein	33.33%	18
Betrifft mich nicht	64.81%	35
Total		54

Frage 10: **Wurdest du oder jemand, den du kennst, schon einmal in einem deiner/seiner sozialen Netzwerke beschimpft oder beleidigt?**

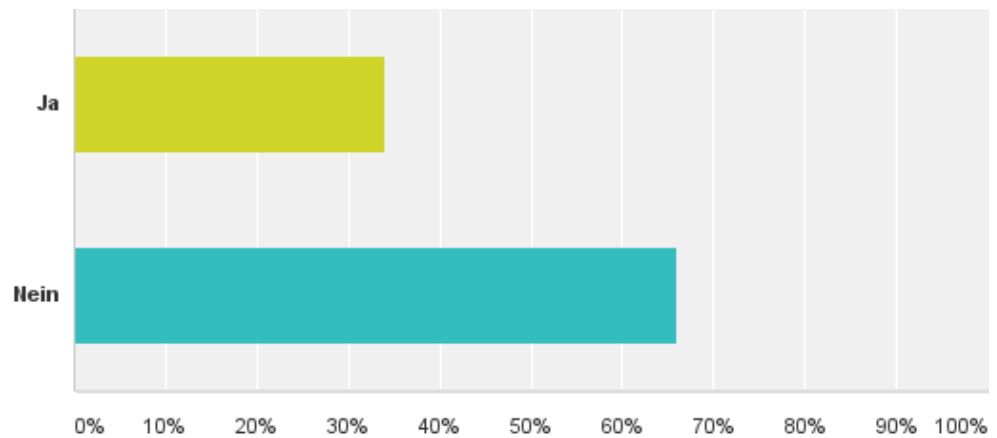
Anzahl der Antworten: 54 Die Frage wurde von 6 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Ja	42.59%	23
Nein	57.41%	31
Total		54

Frage 11: **Hast du, seit du bei deinen sozialen Netzwerken angemeldet bist, schlechte Erfahrungen, z.B. Belästigung durch andere Mitglieder, mit diesen gemacht?**

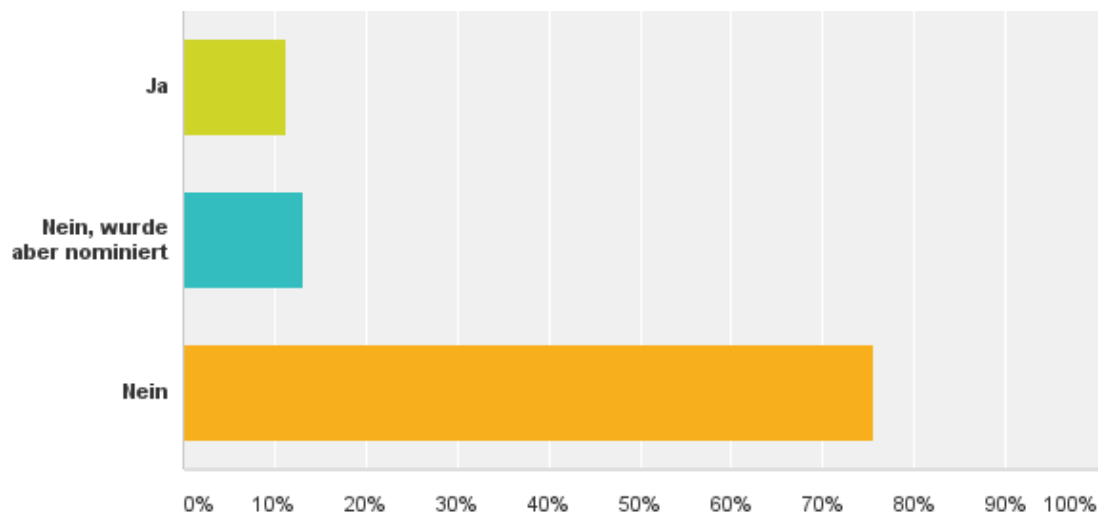
Anzahl der Antworten: 53 Die Frage wurde von 7 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Ja	33.96%	18
Nein	66.04%	35
Total		53

Frage 12: Hast du an der "Ice Bucket Challenge" teilgenommen?

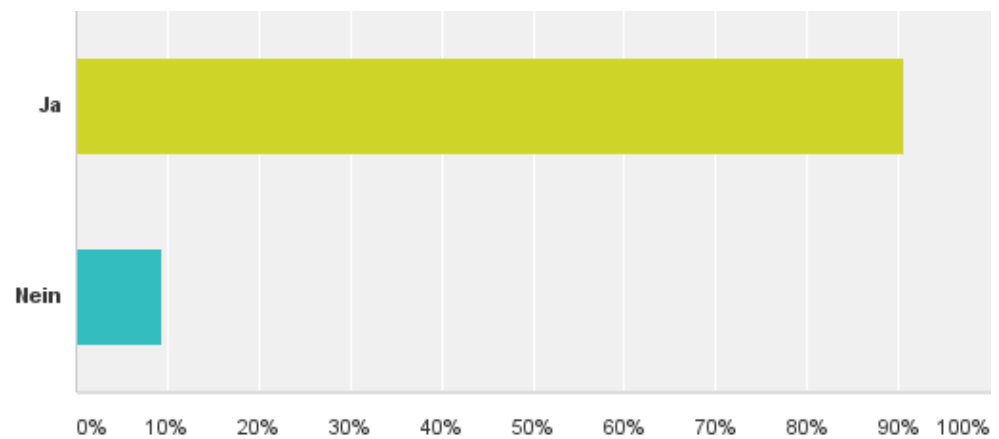
Anzahl der Antworten: 53 Die Frage wurde von 7 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Ja	11.32%	6
Nein, wurde aber nominiert	13.21%	7
Nein	75.47%	40
Total		53

Frage 13: Glaubst du, dass soziale Netzwerke Mobbing gegenüber anderen Mitgliedern fördern können?

Anzahl der Antworten: 53 Die Frage wurde von 7 Teilnehmern übersprungen.



Answer Choices	Responses	
Ja	90.57%	48
Nein	9.43%	5
Total		53

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname